

KESIMPULAN

Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi dalam pengembangan industri kreatif, berkat pemanfaatan sumber daya lokal dan inovasi yang dapat meningkatkan nilai jual produk batik. Namun, ada permasalahan yang perlu diatasi, dari teori manajemen strategi oleh Fred R. David (2011) dan model pengembangan ekonomi kreatif .

Pada aspek pertama yaitu Formulasi Strategi, Kampung Batik Sokaraja memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri batik dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya lokal. Untuk memaksimalkan potensi ini, pemerintah dan lembaga terkait telah melakukan berbagai upaya, seperti pelatihan rutin bagi pengrajin, penerapan teknik inovatif seperti ecoprint, dan pengembangan program sertifikasi untuk meningkatkan keterampilan.

Pada aspek kedua yaitu Implementasi Strategi, Kampung Batik Sokaraja tidak hanya dapat berkembang sebagai pusat industri batik yang inovatif, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Keterlibatan aktif dan dukungan semua pihak sangat penting untuk mencapai tujuan ini, menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan batik di Sokaraja

Pada Aspek ketiga yaitu Evaluasi Strategi, Kampung Batik Sokaraja dipengaruhi oleh faktor internal seperti lingkungan kerja yang nyaman dan keterampilan pengrajin, serta faktor eksternal seperti permintaan pasar dan persaingan. Keberhasilan batik dapat diukur dari kualitas produk dan kreativitas pengrajin dalam menciptakan desain baru. Hal ini diharapkan dapat membantu batik Sokaraja berkembang, dikenal luas, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Pada aspek keempat yaitu Infrastruktur dan Teknologi, Kampung Batik Sokaraja masih membutuhkan banyak perbaikan untuk mendukung pengembangan industri batik. Meskipun ada potensi besar, banyak pengrajin masih menggunakan alat cetak batik yang tradisional, yang membatasi efisiensi

dan inovasi dalam produksi. Selain itu, akses ke teknologi modern, seperti mesin batik canggih, sangat terbatas.

Pada aspek kelima yaitu *Market dan Financial Resource*, Kampung Batik Sokaraja menghadapi tantangan besar dalam pengembangan pasar dan pembiayaan. Saat ini, belum ada platform yang efektif untuk menghubungkan pengrajin batik dengan investor, sehingga para pelaku industri masih mengandalkan media sosial pribadi untuk mempromosikan produk mereka. Ini membatasi jangkauan dan efektivitas pemasaran. Kampung Batik Sokaraja masih perlu meningkatkan manajemennya untuk membangun branding yang kuat, meningkatkan produksi secara efisien, dan memperluas jangkauan pemasaran agar bisa dinikmati oleh lebih banyak orang.

