



STRATEGI MENGEMBANGKAN MODAL SOSIAL DALAM TRANSFORMASI DIGITAL USAHA BATIK TRUSMI

STRATEGY TO DEVELOP SOCIAL CAPITAL IN DIGITAL TRANSFORMATION OF BATIK TRUSMI BUSINESS

Vira Reza¹, Dini Alviani², Tahirah Amatul Matin³, Salahudin Rayyan⁴, Yunita⁵

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email : virareza2@gmail.com¹, dinialviani69@gmail.com², tahirahamatul@gmail.com³,
salahudinrayyan123@gmail.com⁴, yunitayunita2@gmail.com⁵

Article Info

Article history :

Received : 23-06-2025

Revised : 24-06-2025

Accepted : 26-06-2025

Published : 28-06-2025

Abstract

The Trusmi Batik Industry in Cirebon has an important role in preserving culture as well as driving the local economy. In the ever-growing digital era, digital transformation is an urgent need for batik business actors to maintain competitiveness. This study aims to determine the strategy for developing social capital as a foundation in the digital transformation process of the Trusmi Batik business. Traditional businesses such as Batik Trusmi in Cirebon face challenges and opportunities due to digital transformation. Strengthening social capital is very important to maintain the sustainability and competitiveness of businesses in facing these changes. Social capital, which consists of networks, social norms, and elements of trust, can be a strong foundation for adapting to technological advances. The advantages of social capital for Trusmi batik are strong social networks, community trust and solidarity, deep-rooted cultural norms and values, family and local community involvement, institutional support and external networks. This study uses a qualitative approach based on literature studies. The study shows that synergy between business actors, government, and local communities is very important to encourage digital transformation, which maintains cultural values and improves the community's economy.

Keywords: *Social Capital, Digital Transformation, Trusmi Batik*

Abstrak

Industri Batik Trusmi di Cirebon memiliki peran penting dalam pelestarian budaya sekaligus sebagai pendorong ekonomi lokal. Dalam era digital yang terus berkembang, transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha batik untuk mempertahankan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan modal sosial sebagai fondasi dalam proses transformasi digital usaha Batik Trusmi. Bisnis tradisional seperti Batik Trusmi di Cirebon menghadapi tantangan dan peluang karena transformasi digital. Penguatan modal sosial sangat penting untuk mempertahankan keberlanjutan dan daya saing usaha dalam menghadapi perubahan ini. Modal sosial, yang terdiri dari jaringan, norma sosial, dan elemen kepercayaan, dapat menjadi dasar yang kuat untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Kelebihan modal sosial terhadap batik trusmi yaitu jaringan sosial yang kuat, kepercayaan dan solidaritas komunitas, norma dan nilai budaya yang mengakar, keterlibatan keluarga dan komunitas lokal, dukungan institusional dan jaringan eksternal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur. Kajian menunjukkan bahwa sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat lokal sangat penting untuk mendorong transformasi digital, yang mempertahankan nilai budaya dan meningkatkan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci : *Modal Sosial, Transformasi Digital, Batik Trusmi*



PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang tidak dapat dihindari, termasuk dalam sektor usaha kecil dan menengah (UKM) seperti batik. Salah satu sentra batik terkenal di Indonesia adalah Batik Trusmi yang berlokasi di Cirebon, Jawa Barat. Batik Trusmi tidak hanya menjadi simbol warisan budaya, tetapi juga merupakan sumber ekonomi bagi masyarakat setempat. Namun, dalam menghadapi era digital, usaha batik ini menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal adaptasi teknologi dan pengelolaan modal sosial. Modal sosial, yang mencakup jaringan, kepercayaan, dan norma-norma sosial, memainkan peran krusial dalam mendukung transformasi digital usaha batik.

Pengembangan modal sosial dalam konteks transformasi digital tidak hanya melibatkan pemanfaatan teknologi informasi, tetapi juga memerlukan kolaborasi antar-pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat. Menurut Putnam (1995) modal sosial merupakan sumber daya yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan kolektif. Usaha Batik Trusmi, yang berlokasi di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, merupakan salah satu sentra batik ternama yang telah berkembang menjadi destinasi wisata belanja. Dalam menghadapi era digital, pelaku usaha batik di Trusmi menghadapi tantangan dalam mempertahankan nilai-nilai tradisional sembari menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar modern. Di sinilah pentingnya modal sosial, seperti kepercayaan, norma bersama, jejaring sosial, dan kerja sama antar pelaku usaha, untuk mendukung proses transformasi digital secara berkelanjutan. Dalam konteks Batik Trusmi, modal sosial dapat menjadi katalisator untuk mempercepat adopsi teknologi digital, meningkatkan akses pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

Namun, pengembangan modal sosial dalam transformasi digital tidak terjadi secara otomatis. Diperlukan strategi yang terstruktur dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa modal sosial dapat dimanfaatkan secara optimal. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa modal sosial yang kuat mendorong inovasi, dan pertumbuhan ekonomi terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau dikenal dengan sebutan UMKM (Woolcock & Narayan, 2000).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk mengembangkan strategi modal sosial dalam transformasi digital usaha batik Trusmi. Menurut Wulandari (2023) studi literatur berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi literatur sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah (Ansori et al., 2019). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena sosial yang kompleks, termasuk interaksi dan hubungan antarindividu dalam konteks modal sosial. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, artikel konferensi, dan dokumen kebijakan yang membahas tema modal sosial, transformasi digital, serta pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor batik. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sistematis di basis data akademik seperti Google Scholar, ResearchGate, dan portal nasional seperti Garuda, dengan menggunakan kata kunci seperti "Modal Sosial", "transformasi digital UKM", "Strategi Pengembangan Batik", dan



"Batik Trusmi". Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif melalui pendekatan konten untuk mengidentifikasi konsep, pola, dan strategi yang telah terbukti efektif dalam pengembangan modal sosial dan transformasi digital. Selanjutnya, hasil analisis digunakan untuk merumuskan model strategi yang dapat diadopsi oleh pelaku Usaha Batik Trusmi dalam memperkuat jejaring sosial, kepercayaan komunitas, dan adaptasi teknologi digital guna meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Batik Trusmi

Proses pembuatan Batik Trusmi memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga kualitas dan keunikan batik khas Cirebon. Di sentra industri Trusmi, produksi batik mengikuti tahapan yang sistematis, dimulai dari pembuatan pola, pembatikan, pewarnaan, pencelupan, hingga pelorodan. Setiap tahapan ini memerlukan keahlian tinggi agar motif dan warna batik tetap sesuai dengan ciri khas Cirebon. Pemolaan merupakan tahap awal yang krusial, di mana pola digambar dengan pensil sebelum diterapkan dengan lilin malam menggunakan canting atau topi (Suripto dan Krismanto, 2020).

Pada tahap pembatikan, terdapat dua teknik utama yang digunakan, yaitu batik tulis dan batik cap. Batik tulis dikerjakan secara manual menggunakan canting, yang memungkinkan seniman batik menciptakan motif yang lebih kompleks dan penuh detail. Proses ini memang memakan waktu lebih lama karena setiap garis dan titik dibuat dengan teliti secara manual. Sebaliknya, batik cap menggunakan cetakan tembaga yang dicelupkan ke dalam malam cair dan kemudian dicapkan ke kain, sehingga mempercepat proses produksi. Meskipun lebih cepat, batik cap tetap memiliki nilai seni yang khas, dengan motif yang terinspirasi dari gaya tradisional Batik Trusmi (Suripto dan Krismanto, 2020).

Setelah proses pembatikan selesai, batik melanjutkan ke tahap pewarnaan dan pencelupan. Pewarnaan dapat dilakukan dengan menggunakan pewarna alami yang berasal dari bahan-bahan tumbuhan, seperti daun indigofera untuk warna biru atau kayu secang untuk warna merah. Sebagai alternatif, pewarna sintetis juga sering digunakan karena lebih tahan lama dan menawarkan variasi warna yang lebih luas. Pemilihan jenis pewarna sangat berpengaruh terhadap hasil akhir batik, baik dari sisi kualitas maupun ketahanan warna. Dalam industri Batik Trusmi, pewarna sintetis lebih banyak dipilih karena memberikan kemudahan dalam produksi skala besar dan lebih ekonomis dibandingkan pewarna alami (Lestari et al., 2022).

Selanjutnya, pada tahap pelorodan, kain batik yang telah diwarnai akan direndam dalam air panas untuk menghilangkan lilin malam yang melapisi motif. Teknik ini memastikan bahwa motif batik terlihat jelas dengan warna dan detail yang sesuai dengan pola yang telah dibuat sebelumnya. Beberapa pengrajin juga menerapkan metode tambahan, seperti pengeringan alami di bawah sinar matahari, untuk mendapatkan warna yang lebih tajam dan tahan lama. Setelah tahap ini, kain batik pun siap digunakan atau dijual sebagai produk akhir (Suripto dan Krismanto, 2020).

Sebagai bagian dari industri kreatif, Batik Trusmi terus berinovasi dalam teknik produksinya. Beberapa pengrajin mulai menggabungkan teknik tradisional dengan modern, seperti penggunaan cap digital dan pewarna berbasis teknologi ramah lingkungan. Selain itu, pelaku usaha juga menerapkan strategi efisiensi produksi, termasuk pengurangan limbah pewarnaan dan



penggunaan bahan baku yang lebih berkelanjutan. Inovasi ini bertujuan untuk mempertahankan keaslian Batik Trusmi sekaligus beradaptasi dengan perkembangan industri tekstil yang modern (Lestari et al., 2022).

Strategi Pemasaran dalam Transformasi Digital Usaha Batik Trusmi

Dalam era digital yang terus berkembang, industri batik menghadapi tantangan besar berupa disrupsi teknologi dan persaingan global yang semakin ketat. Batik Trusmi, sebagai salah satu sentra batik unggulan dari Cirebon, merespons tantangan ini dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif serta melakukan transformasi digital secara bertahap namun progresif. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas pangsa pasar, tetapi juga menjaga keberlanjutan nilai budaya lokal di tengah arus modernisasi.

Salah satu strategi utama yang dijalankan oleh pelaku usaha Batik Trusmi adalah pemasaran berbasis digital. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, dan Facebook, serta marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, Batik Trusmi mampu menjangkau konsumen dari berbagai wilayah, bahkan hingga mancanegara (Shaw, 2020; Putranto et al., 2022). Tidak hanya sebagai alat promosi, platform digital juga digunakan sebagai media edukasi untuk menyampaikan narasi budaya, proses produksi, serta makna di balik motif batik khas Cirebon seperti Mega Mendung. Konten digital yang edukatif dan visual yang menarik terbukti efektif dalam menjembatani komunikasi budaya antara generasi tua dan muda.

Selain strategi digital, Batik Trusmi juga menjalin kemitraan strategis dengan sektor pariwisata. Desa Trusmi tidak hanya dikenal sebagai sentra produksi batik, tetapi juga telah berkembang menjadi kawasan wisata edukatif. Kolaborasi dengan agen perjalanan dan pemerintah daerah memungkinkan Batik Trusmi masuk dalam paket wisata budaya, di mana wisatawan tidak hanya membeli produk, tetapi juga menyaksikan dan mempelajari proses membatik secara langsung (Aan, 2017). Pendekatan ini meningkatkan daya tarik Batik Trusmi sebagai pengalaman budaya yang utuh bukan sekadar barang dagangan.

Untuk menjawab perubahan preferensi pasar, khususnya dari kalangan muda, para pelaku usaha Batik Trusmi juga menerapkan strategi diversifikasi produk. Produk batik kini tidak hanya berbentuk kain, tetapi juga diaplikasikan pada barang fashion seperti tas, sepatu, masker, dan aksesoris lainnya dengan desain yang lebih modern namun tetap menjunjung nilai tradisional (Suripto dan Krismanto, 2020). Inovasi ini menjadi salah satu kunci dalam memperluas segmentasi pasar tanpa kehilangan identitas budaya.

Namun, keberhasilan digitalisasi ini sangat bergantung pada tingkat literasi digital para pelaku usaha. Sayangnya, masih banyak pengrajin batik dari generasi tua yang belum sepenuhnya menguasai teknologi informasi, sehingga menyebabkan kesenjangan digital antara pelaku dan konsumen yang kini lebih melek teknologi (Priyanto & Cahyani, 2022). Oleh karena itu, berbagai program pelatihan, bimbingan, dan pendampingan terkait penggunaan teknologi digital menjadi langkah penting. Melalui pelatihan pemasaran digital, kerja sama dengan universitas, serta partisipasi dalam pameran virtual, kapasitas digital pelaku usaha semakin meningkat.

Inovasi teknologi turut memperkuat transformasi ini. Pemanfaatan aplikasi desain batik berbasis vektor, printer berpresisi tinggi, dan sistem manajemen keuangan berbasis aplikasi memungkinkan proses produksi yang lebih efisien, hemat biaya, dan tetap menjaga nilai estetika



batik. Teknologi tidak menghilangkan unsur budaya, melainkan mempercepat adaptasi dan memperkaya ekspresi kreatif para pengrajin. Transformasi digital ini juga memperkuat modal sosial digital yang terbangun melalui komunitas daring seperti grup WhatsApp pengrajin, akun media sosial kolektif, dan forum edukatif. Jaringan ini membuka ruang kolaborasi antar pelaku, konsumen, komunitas, pemerintah, dan institusi pendidikan, serta mendorong regenerasi pengrajin batik dari kalangan muda yang lebih akrab dengan ekosistem digital (Zayyana et al., 2022). Sejalan dengan hal tersebut penelitian terbaru di Kabupaten Purworejo menunjukkan bahwa strategi digital dan inovasi desain yang dikemas dengan pendekatan visual minimalis dan branding yang sesuai selera pasar anak muda dapat meningkatkan penjualan hingga 600 persen (Fauziah & Widjajani, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa ketika teknologi, kreativitas, dan modal sosial digabungkan, maka akan tercipta ekosistem usaha batik yang responsif, berkelanjutan, dan tetap berakar pada kearifan lokal. Model serupa dapat diterapkan di Trusmi untuk memperkuat daya saing sekaligus pelestarian identitas budaya. Strategi harga yang kompetitif juga menjadi bagian integral dalam menarik minat konsumen. Pelaku usaha Batik Trusmi menyediakan produk dengan beragam harga sesuai kualitas dan jenis batik. Diskon musiman, program loyalitas, dan bundling produk untuk memperluas jaringan pelanggan (Lestari et al., 2022).

Peran Literasi Digital dalam Mendukung Transformasi Usaha Batik Trusmi

Dalam menghadapi disrupsi teknologi dan persaingan global yang semakin ketat, literasi digital menjadi fondasi penting bagi pelaku usaha Batik Trusmi untuk dapat beradaptasi dan tetap relevan. Literasi digital bukan sekadar kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi, melainkan mencakup keterampilan berpikir kritis dalam menggunakan informasi digital, memahami etika digital, serta memanfaatkan berbagai platform digital untuk kepentingan usaha dan pelestarian budaya. Dalam konteks Batik Trusmi, peningkatan literasi digital pelaku usaha membuka peluang bagi perluasan pasar, efisiensi produksi, serta penguatan identitas budaya melalui media daring.

Transformasi digital berbasis literasi ini penting karena sebagian besar pelaku usaha batik di Trusmi masih berasal dari generasi yang belum sepenuhnya menguasai teknologi informasi. Hal ini menyebabkan kesenjangan digital yang signifikan antara pelaku usaha generasi tua dan konsumen generasi muda. Oleh karena itu, upaya sistematis seperti pelatihan teknologi digital, bimbingan penggunaan media sosial, dan penguatan kapasitas digital menjadi langkah krusial dalam proses transformasi tersebut (Priyanto & Cahyani, 2022). Selain itu, perkembangan teknologi memungkinkan pelaku usaha Batik Trusmi untuk mengakses berbagai bentuk inovasi digital, seperti aplikasi desain batik digital berbasis vektor, penggunaan printer motif batik berpresisi tinggi, serta sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi yang terintegrasi dengan platform e-commerce. Inovasi ini membantu mengurangi biaya produksi, meningkatkan efisiensi waktu, serta mempercepat proses kreatif dalam pengembangan motif baru tanpa menghilangkan nilai estetika dan filosofi tradisional batik.

Lebih lanjut, integrasi antara literasi digital dan inovasi teknologi berdampak positif terhadap penguatan modal sosial digital yang mendukung konektivitas antara pelaku usaha, konsumen, komunitas batik, pemerintah, dan lembaga pendidikan. Terbentuknya komunitas digital seperti grup WhatsApp pengrajin, akun media sosial kolektif Batik Trusmi, dan forum edukatif daring telah menciptakan ruang partisipasi baru yang memperluas jaringan sosial, memperkuat



kepercayaan, dan mendorong kolaborasi lintas sektor (Zayyana et al., 2022). Modal sosial ini juga membuka jalan bagi proses regenerasi yang lebih inklusif dan menarik bagi generasi muda yang lebih akrab dengan ekosistem digital.

Implementasi strategi ini tercermin dalam beberapa inisiatif seperti pelatihan pemasaran digital yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, kerja sama dengan universitas desain dan teknologi, serta partisipasi dalam pameran virtual batik nusantara. Penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah dimanfaatkan untuk menyebarkan konten edukatif, narasi budaya, serta showcase proses membatik secara menarik dan informatif. Menurut Putranto et al. (2022) media digital berperan bukan hanya sebagai sarana komersialisasi, tetapi juga sebagai alat edukasi budaya yang efektif dan mudah diakses lintas generasi.

Tidak hanya dari sisi penjual, konsumen pun semakin mengandalkan platform digital dalam proses pembelian, penelusuran tren, serta keterlibatan budaya. Oleh karena itu, strategi digitalisasi perlu mengedepankan pendekatan berbasis narasi budaya yang kuat dan otentik agar dapat membedakan Batik Trusmi dari produk batik massal atau batik print. Misalnya, penyampaian kisah tentang asal-usul motif Mega Mendung, sejarah Ki Buyut Trusmi, dan proses membatik tradisional dapat memperkuat nilai tambah emosional dan kultural yang ditawarkan. Integrasi literasi digital dan inovasi teknologi merupakan strategi kunci dalam memperkuat identitas budaya lokal di tengah derasnya arus globalisasi dan digitalisasi (Priyanto & Cahyani, 2022). Dengan memperkuat kapasitas digital pelaku usaha serta memanfaatkan inovasi teknologi secara strategis, Batik Trusmi tidak hanya mampu bertahan dalam era digital, tetapi juga dapat tumbuh sebagai simbol budaya lokal yang modern, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

Dampak Ekonomi dan Sosial dari Usaha Batik Trusmi

Sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif, industri batik Trusmi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Cirebon. Kehadiran industri batik ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Menurut penelitian, sekitar 50% pengusaha batik di Trusmi mempelajari keterampilan membatik secara turun-temurun, sedangkan sisanya memulai usaha secara mandiri melalui pelatihan atau pengalaman kerja di bidang ini (Suripto & Krismanto, 2020). Dengan perkembangan industri batik yang pesat, semakin banyak tenaga kerja yang terserap, mulai dari pengrajin batik, tenaga pemasaran, hingga pekerja di bidang distribusi dan ritel.

Di samping penciptaan lapangan kerja, Batik Trusmi membantu meningkatkan daya tarik pariwisata daerah. Desa Trusmi kini telah bertransformasi menjadi destinasi wisata budaya di mana para pengunjung tidak hanya membeli batik, tetapi juga dapat menikmati pengalaman langsung dalam proses pembuatan batik. Wisata edukasi ini memberikan dampak ekonomi yang lebih luas, dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Cirebon yang pada gilirannya memberi life pada sektor ekonomi lainnya, seperti kuliner, perhotelan, dan transportasi (Wijayanti, 2020). Keberadaan showroom dan pusat oleh-oleh Batik Trusmi semakin mengukuhkan posisinya sebagai pusat perdagangan batik khas Cirebon yang terkenal.

Dari sudut pandang sosial, industri Batik Trusmi memainkan peran penting dalam melestarikan warisan budaya serta memperkuat identitas lokal. Keterampilan membatik yang diwariskan dari generasi ke generasi menjadi bagian penting dari identitas masyarakat Trusmi.



Namun, saat ini dihadapkan pada tantangan menurunnya minat generasi muda untuk belajar membuat batik. Banyak di antara mereka yang lebih memilih karier di sektor lain yang dianggap lebih modern dan menjanjikan. Untuk mengatasi hal ini, beberapa pengusaha batik telah memulai program pelatihan bagi generasi muda guna menarik minat mereka dalam melestarikan budaya batik Trusmi (Lestari et al., 2022).

Selain aspek budaya, industri Batik Trusmi juga berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi perempuan. Banyak perempuan di Desa Trusmi yang berperan sebagai pengrajin batik, baik dalam usaha keluarga maupun sebagai pekerja di industri batik berskala kecil hingga menengah. Melalui pekerjaan ini, mereka dapat memperoleh pendapatan tambahan yang berdampak positif pada kesejahteraan keluarga. Kemandirian ekonomi perempuan dalam industri batik telah menciptakan dampak sosial yang positif, di mana mereka tidak hanya berperan dalam urusan rumah tangga, tetapi juga aktif mendukung perekonomian daerah (Suripto dan Krismanto, 2020).

Secara keseluruhan, industri Batik Trusmi memiliki dampak yang luas, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Industri ini tidak hanya membuka peluang kerja dan meningkatkan perekonomian masyarakat, tetapi juga berperan dalam melestarikan warisan budaya serta memperkuat identitas lokal Cirebon. Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti persaingan dengan batik print, penurunan harga bahan baku, dan regenerasi pengrajin, solusi harus ditemukan melalui inovasi dan kebijakan yang mendukung keberlanjutan industri ini. Dengan strategi pemasaran dan pelestarian budaya yang terus diperkuat, Batik Trusmi akan tetap menjadi ikon budaya Cirebon yang bernilai seni tinggi dan memberikan manfaat ekonomi yang besar (Lestari et al., 2022).

Tantangan dalam Usaha Batik Trusmi

Industri Batik Trusmi, meskipun telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan semakin dikenal oleh masyarakat luas, masih menghadapi beragam tantangan yang dapat menghambat kemajuannya. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah persaingan dari batik print, yang kini semakin mendominasi pasar berkat produksinya yang lebih cepat dan biaya yang lebih terjangkau. Batik print diproduksi dengan menggunakan mesin yang dapat mencetak motif dalam jumlah besar dalam waktu singkat, berbeda dengan batik tulis dan cap yang memerlukan waktu dan tenaga kerja yang lebih intensif. Akibatnya, konsumen cenderung memilih batik print karena harganya yang lebih ramah di kantong, meskipun sejatinya batik tulis dan cap menawarkan nilai seni serta keunikan yang lebih tinggi (Suripto dan Krismanto, 2020).

Selain itu, pengrajin Batik Trusmi juga menghadapi tantangan terkait dengan penurunan harga bahan baku, terutama kain mori dan pewarna alami. Ketersediaan kain mori berkualitas sering kali menjadi isu karena pasokannya yang tidak stabil di pasaran. Begitu juga dengan pewarna alami, yang sangat bergantung pada kondisi alam dan tidak selalu bisa diprediksi ketersediaannya. Ketidakstabilan harga bahan baku ini menyebabkan biaya produksi semakin meningkat, sehingga pengusaha batik perlu mencari solusi inovatif, seperti mempertimbangkan penggunaan alternatif bahan baku yang lebih ekonomis atau meningkatkan efisiensi proses produksi (Lestari et al., 2022).

Tantangan lainnya adalah berkurangnya regenerasi tenaga kerja, terutama di kalangan generasi muda. Banyak anak muda di Cirebon lebih memilih untuk bekerja di sektor lain yang



dianggap lebih modern dan menjanjikan dari segi ekonomi. Pekerjaan membatik sering kali dipandang sebagai pekerjaan yang memerlukan keterampilan tinggi tetapi dengan pendapatan yang kurang stabil. Tanpa adanya upaya nyata untuk menarik minat generasi muda ke dalam industri batik, dikhawatirkan jumlah pengrajin batik akan semakin berkurang dan keterampilan membatik yang diwariskan secara turun-temurun akan terancam punah (Wijayanti, 2020).

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, diperlukan strategi yang mampu meningkatkan daya saing Batik Trusmi di pasar global. Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan pemasaran digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan produk batik. Selain itu, program pelatihan dan sertifikasi bagi pengrajin muda menjadi langkah konkret dalam regenerasi tenaga kerja. Pemerintah dan komunitas batik juga dapat memberikan insentif atau penghargaan bagi pengrajin muda yang berkontribusi dalam pelestarian batik tradisional, sehingga industri ini bisa terus berkembang tanpa kehilangan identitasnya (Suripto & Krismanto, 2020). Meskipun industri Batik Trusmi menghadapi berbagai kendala, peluang untuk bertahan dan berkembang tetap terbuka lebar jika didukung oleh inovasi dan strategi yang tepat. Persaingan dengan batik print dapat diatasi melalui edukasi kepada konsumen mengenai nilai seni dan keunikan batik tulis. Fluktuasi harga bahan baku dapat dikelola melalui kerjasama antara pengrajin dan pemasok untuk memastikan kestabilan rantai pasokan. Regenerasi tenaga kerja bisa didorong melalui program pelatihan bagi pengrajin muda (Lestari et al., 2022).

Keunggulan Batik Trusmi Cirebon

Batik Trusmi dari Cirebon punya banyak keunggulan yang membuatnya berbeda dan istimewa dibandingkan batik dari daerah lain. Berikut beberapa hal yang paling menonjol dari batik trusmi yaitu:

1. Motif dan Corak yang Khas dan Beragam

Yang paling saya suka dari Batik Trusmi adalah motifnya yang sangat kaya dan unik. Perpaduan antara budaya pesisir dan keraton Cirebon terlihat jelas di setiap kainnya. Motifnya ada dua jenis utama: yang satu bergaya keraton dengan warna-warna klasik seperti sogan dan babar mas, dan yang satu lagi lebih cerah dan dinamis seperti biru, merah, serta hijau yang banyak menampilkan gambar flora dan fauna. Motif mega mendung jadi favorit banyak orang, termasuk saya, karena bentuknya yang khas dan maknanya yang dalam.

2. Kualitas Tinggi dan Teknik Tradisional

Batik Trusmi dibuat dengan teknik yang masih dijaga secara turun-temurun, baik itu batik tulis, cap, maupun printing. Saya kagum dengan proses pembuatannya yang rumit dan penuh ketelitian, apalagi batik tulis yang semuanya dikerjakan manual. Hasilnya pun terlihat dari kualitas kainnya yang bagus, warna yang tajam, dan nyaman dipakai.

3. Penuh Nilai Sejarah dan Budaya

Batik Trusmi ini bukan Cuma kain, tapi juga bagian dari sejarah dan budaya Cirebon yang panjang. Saya pernah dengar kalau membatik di Trusmi sudah dilakukan sejak abad ke-14 dan diajarkan langsung oleh tokoh seperti Ki Buyut Trusmi dan Sunan Gunung Jati. Bahkan, batik buatan warga Trusmi sempat diakui langsung oleh Sultan Keraton Cirebon karena mirip dengan batik keraton.



4. Sentra Produksi yang Aktif dan Maju

Contohnya seperti di Desa Trusmi dan sekitarnya meliputi Gamel dan Kaliwulu, kita bisa lihat langsung bagaimana batik diproduksi. Banyak pengrajin dan showroom batik di sana. Perkembangan usahanya juga cepat banget sejak tahun 2000-an, didukung oleh UMKM yang kreatif dan terus menjaga kualitas serta inovasi.

5. Tempat Belanja dan Eduwisata Batik

Salah satu tempat favorit saya adalah BT Batik Trusmi, pusat belanja batik terbesar di Indonesia. Di sana, koleksinya lengkap dan kualitasnya terjamin. Selain belanja, kita juga bisa belajar soal sejarah dan proses batik di Trusmi Park Museum menjadikan pengalaman wisata yang edukatif.

6. Harga Ramah di Kantong tapi Berkualitas

Satu hal yang bikin saya makin suka Batik Trusmi adalah harganya yang terjangkau tapi kualitasnya tetap oke. Banyak pilihan dari kain batik tradisional sampai baju-baju batik modern untuk pria, wanita, dan anak-anak. Bahkan kita bisa pesan motif sesuai keinginan, jadi cocok banget buat kebutuhan zaman sekarang.

Secara keseluruhan, Batik Trusmi itu mempunyai modal sosial yang cukup signifikan mempengaruhi daya saing pembeli seperti dilihat dari kualitas, keunikan motif, nilai sejarah, dan perkembangan usaha yang luar biasa. Jadi batik trusmi ini jadi kebanggaan Cirebon dan dikenal luas di Indonesia.

Kelebihan Modal Sosial terhadap Batik Trusmi

1. Jaringan Sosial yang Kuat: Batik Trusmi tumbuh di dalam komunitas yang memiliki hubungan sosial erat, baik antar perajin, pedagang, maupun masyarakat sekitarnya. Keterikatan ini menciptakan kerja sama yang solid, mempercepat pertukaran informasi, dan membangun dukungan kolektif untuk menjaga keberlanjutan usaha batik.
2. Kepercayaan dan solidaritas komunitas: Tingkat kepercayaan antar anggota komunitas Batik Trusmi sangat tinggi. Kondisi ini memperkuat hubungan bisnis berbasis kepercayaan, membuat kolaborasi dalam produksi dan pemasaran lebih mudah terjalin, tanpa terlalu bergantung pada sistem formal yang kaku.
3. Norma dan Nilai Budaya yang Mengakar: Membatik sudah menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Trusmi. Kuatnya nilai-nilai budaya ini menumbuhkan rasa memiliki yang tinggi terhadap usaha batik, sehingga inovasi maupun transformasi digital dapat diterima selama tetap menghormati nilai-nilai tradisional yang ada.
4. Keterlibatan Keluarga dan Komunitas Lokal: Sebesar usaha batik di Trusmi dikelola secara keluarga atau berbasis komunitas kecil. Pola ini memperkuat rasa tanggung jawab bersama dan menjamin keberlanjutan usaha. Selain itu, keterlibatan keluarga juga memudahkan proses regenerasi, sehingga keterampilan membatik bisa terus diwariskan dari generasi ke generasi.
5. Dukungan Institusional, dan Jaringan Eksternal: Komunitas Batik Trusmi juga mendapatkan dukungan dari berbagai pihak luar seperti pemerintah daerah, asosiasi batik, dan lembaga swadaya masyarakat. Bentuk dukungan ini bisa berupa pelatihan, promosi, hingga program



pengembangan kapasitas, yang memperluas jejaring sosial mereka ke tingkat nasional bahkan internasional.

KESIMPULAN

Industri Batik Trusmi merupakan salah satu sektor ekonomi kreatif yang tidak hanya berkontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat Cirebon, tetapi juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya lokal. Proses produksi batik yang melibatkan teknik tradisional seperti batik tulis dan cap, serta pewarnaan alami dan sintetis, menjadi cerminan kekayaan budaya dan keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam menghadapi tantangan era modern, pelaku usaha Batik Trusmi telah mengadopsi berbagai strategi pemasaran, mulai dari pemanfaatan platform digital, kolaborasi dengan sektor pariwisata, hingga diversifikasi produk dan penetapan harga yang kompetitif.

Secara sosial dan ekonomi, Batik Trusmi telah membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat identitas budaya, serta memberdayakan perempuan. Namun, industri ini juga menghadapi sejumlah tantangan serius, seperti persaingan dari batik print, fluktuasi harga bahan baku, dan kurangnya regenerasi pengrajin muda. Oleh karena itu, diperlukan inovasi yang berkelanjutan, pelatihan bagi generasi muda, serta dukungan dari pemerintah dan masyarakat agar Batik Trusmi dapat terus bertahan dan berkembang sebagai simbol budaya sekaligus kekuatan ekonomi lokal. Adapun jaringan pemasaran yang dijalankan oleh pengusaha Batik Trusmi telah berhasil memperkuat posisi mereka dalam pasar lokal dan internasional. Kombinasi pemasaran digital, kolaborasi dengan sektor pariwisata, diversifikasi produk, serta strategi harga yang bersaing telah memfasilitasi Batik Trusmi untuk terus berkembang di tengah persaingan industri tekstil yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan. (2017). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Batik Trusmi di Cirebon. *Jurnal Ekonomi STIEP*.
- Alfiannuridin, N., Tresna, P., & Ruhidawati, C. (2024). Warisan budaya Cirebon: Mengungkap sejarah dan motif Batik Trusmi. *NUSRA: Jurnal Penelitian dan Ilmu Pendidikan*, 5(1), 415–423. <https://doi.org/10.55681/nusra.v5i1.2267>
- Ansori, Y. Z., Budiman, I. A., & Nahdi, D. S. (2019). Islam Dan Pendidikan Multikultural. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 5(2), 110–115. <https://doi.org/10.31949/jcp.v5i2.1370>
- Damsar dan Indrayani. (2019). *Pengantar Sosiologi Kapital*. Jakarta Penerbit Prenadamedia Grup
- Fauziah, A. N. A., & Widjajani, S. (2024). Pemberdayaan Pengrajin Batik Melalui Pengembangan Fashion Sebagai Upaya Pelestarian Budaya di Kalangan Generasi Muda. *Surya Abdimas*, 8(4), 583–592. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5554>
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Fukuyama, F. (2002). Social Capital and Development: the Coming Agenda. *SAIS Review*, 22(1), 23–37.
- JIIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui industri Batik Trusmi di Desa Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11354–11364. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i10.5946>



- Khairunnisa, H., Alfaza, A. R., Fadhillah, U., & Prastika, I. (2024). Analisis perkembangan Batik Trusmi sebagai ikon kearifan lokal Cirebon. *Al-Mustashfa: Jurnal Ilmiah*. Retrieved from <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/melancong/article/download/20995/10589/53421>
- Lestari, NIP, Mulyadi, A., & Lhutfi, I. (2022). Analisis Optimalisasi Laba UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon melalui Pendekatan Kontribusi Margin pada Laporan Keuangan 2018-2020. *Jurnal Fineteach Penelitian Pendidikan Keuangan, Kewirausahaan, dan Akuntansi*.
- Muha. (2011). *Sejarah Batik Trusmi dalam Wijayanti, RA (2020)*. BAB II: Informasi pada BT Batik Trusmi. UNIKOM.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- Putranto, A., et al. (2022). Penggunaan Wahana Digital dalam Promosi dan Pemasaran Batik sebagai Kontekstualisasi Pelestarian Cagar Budaya. *Bakti Budaya*, 5(1), 25–39. <https://doi.org/10.22146/bakti.4074>
- Saparuddin, Syamsul. (2014). Modal Sosial: Sebuah Kerangka Teoritis. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*. 1(1)
- Suripto, I., & Krismanto, I. (2020). Karakteristik, Hambatan-Hambatan, dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus UKM Batik Tulis Trusmi di Desa Trusmi Wetan dan Kulon, Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon) . *Jurnal Ekonomi STIEP*, 5(1). <http://industri.bisnis.com/read/20120801/87/89178/akses-modal-ukm-batik-trusmi-cirebon-terhambat-modal>
- Thoifin. (2023). *Bisnis Digital*. IAIN Kudus.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.
- Wulandari, C. (2023). Budaya literasi pesantren dalam karya sastra. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i1.1664>
- Yusran, Lukman. (2012). Modal Sosial dalam Pembangunan Masyarakat. *Jurnal Masyarakat & Budaya*, 14 (1)
- Zayyana, S. H., Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2022). Digitalisasi UMKM Batik Malang sebagai Optimalisasi Pelestarian Kearifan Lokal di Masa Pandemi Covid-19. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 11(2), 261–274. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v11i2.1421>