

## Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal Bogor

Anisya Phelia<sup>1</sup>, Sulistiono<sup>2</sup>, Devianti Yunita<sup>3</sup>, Wahyudin Zarkasyi<sup>4</sup>, Srihadi Winarningsih<sup>5</sup>,  
Citra Sukmadilaga<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Program Doktor Ilmu Akuntansi Universitas Padjadjaran  
<sup>1</sup>[anisya14002@mail.unpad.ac.id](mailto:anisya14002@mail.unpad.ac.id)

*Received: 27 September 2025; Revised: 24 Oktober 2025; Accepted: 22 November 2025*

### **Abstract**

*Cibuluh Batik Village in Bogor City, West Java, is not only a cultural tourism destination but also a center for the MSME-based creative economy. Its existence plays a significant role in improving community welfare through the production of distinctive batik, diversification of derivative products, and the creation of new job opportunities. This study aims to analyze the role of Cibuluh Batik Village in strengthening the local creative economy, identify supporting and inhibiting factors for the development of batik MSMEs, and formulate business sustainability strategies. The research method used a qualitative approach with case studies through in-depth interviews with batik artisans, MSME managers, and village officials, as well as field observations. Data analysis was conducted using a thematic approach and a SWOT matrix to explore internal and external factors. The results show that Cibuluh Batik Village's creative economic contribution is evident in the increase in community income, the strengthening of women's roles in creative businesses, and the diversification of batik products into various forms of fashion and crafts. However, challenges remain, including limited access to capital, a lack of digital promotion, and intense competition from printed batik. The research recommendations emphasize the importance of collective branding strategies, strengthening the digital capacity of MSMEs, and cross-sector partnerships to ensure the sustainability of local batik businesses.*

**Keywords:** *creative economy; MSMEs; cibuluh batik village; community empowerment; local batik.*

### **Abstrak**

Kampung Batik Cibuluh di Kota Bogor, Jawa Barat, bukan hanya menjadi destinasi wisata budaya, tetapi juga pusat penggerak ekonomi kreatif berbasis UMKM. Keberadaannya berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui produksi batik khas, diversifikasi produk turunan, serta pembukaan lapangan kerja baru. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Kampung Batik Cibuluh dalam memperkuat ekonomi kreatif lokal, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pengembangan UMKM batik, serta merumuskan strategi keberlanjutan usaha. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus melalui wawancara mendalam dengan pengrajin batik, pengelola UMKM, dan perangkat desa, serta observasi lapangan. Analisis data dilakukan dengan pendekatan tematik dan matriks SWOT untuk mengeksplorasi faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi ekonomi kreatif Kampung Batik Cibuluh terlihat dari meningkatnya pendapatan masyarakat, penguatan peran perempuan dalam usaha kreatif, serta diversifikasi

produk batik ke berbagai bentuk fashion dan kerajinan. Namun, terdapat tantangan berupa keterbatasan akses modal, kurangnya promosi digital, serta persaingan ketat dengan batik printing. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya strategi branding kolektif, penguatan kapasitas digital UMKM, serta kemitraan lintas sektor untuk menjamin keberlanjutan usaha batik lokal.

**Kata Kunci:** ekonomi kreatif; UMKM; kampung batik cibuluh; pemberdayaan masyarakat; batik lokal.

## A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar pembangunan nasional yang mendorong penciptaan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan daya saing Indonesia di era globalisasi. Batik, sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, memiliki nilai strategis bukan hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai motor pemberdayaan UMKM (Trisnawati & Prasetyo, 2020).

Kampung Batik Cibuluh menyimpan potensi yang besar sebagai tujuan wisata tematik serta pusat ekonomi kreatif yang berfokus pada batik. Fungsinya tidak hanya terbatas pada pelestarian budaya, tetapi juga pada peningkatan pendapatan dan pemberdayaan masyarakat, terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan kegiatan produksi dan pemasaran batik, Kampung Batik Cibuluh memberikan kontribusi langsung pada perkembangan ekonomi lokal serta menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam industri kreatif. Sejalan dengan itu, studi ini bertujuan untuk mengenali peran Kampung Batik Cibuluh dalam meningkatkan pendapatan dan memberdayakan UMKM, menganalisis dampak ekonomi kreatif batik terhadap kesejahteraan masyarakat setempat, serta menyusun strategi peningkatan UMKM batik agar dapat bersaing di industri kreatif.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada perhatian yang diberikan pada persimpangan antara ekonomi kreatif, UMKM, dan juga pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini masih kurang umum dilaksanakan, terutama dalam konteks desa batik di Indonesia. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam literatur akademis dengan mengaitkan unsur

budaya dengan sumbangan ekonomi pada tingkat mikro (UMKM) maupun makro (ekonomi lokal), dan juga memberikan landasan strategis untuk pengembangan pariwisata tematik yang berfokus pada budaya.

Kampung Batik Cibuluh memproduksi batik dengan berbagai motif unik dari Kota Bogor, seperti kijang, kujang, Kebun Raya Bogor, daun talas, pakujajar, dan pala. Ciri khas lainnya adalah pemanfaatan warna-warna cerah yang mencerminkan alam Bogor, seperti hijau, biru, coklat, dan oranye. Selain menggunakan pewarna sintetis, para perajin juga memanfaatkan pewarna alami untuk menciptakan batik yang ramah lingkungan dan sekaligus memiliki nilai ekonomi. Pemerintah kota mendorong pengembangan batik di desa ini untuk meningkatkan potensi lokal dan ekonomi warga. Walaupun masih tergolong baru, Kampung Batik Cibuluh telah menunjukkan perkembangan pesat dalam kreativitas pola dan produksi yang mendukung faktor internalnya untuk bersaing dengan pesaing yang memiliki segmentasi serupa.

Kehadiran Kampung Batik Cibuluh telah membuka peluang kerja, memberdayakan ibu rumah tangga, serta menciptakan sinergi antara budaya, ekonomi, dan pariwisata. Namun, meskipun potensinya besar, UMKM batik di Cibuluh masih menghadapi tantangan, menurut hasil wawancara dengan pihak pihak pelaku UMKM setempat, masih banyak warga Indonesia, khususnya di daerah Bogor, yang belum mengetahui keberadaan Kampung Batik Cibuluh. Beberapa faktor memengaruhi hal ini, seperti akses jalan ke lokasi yang masih sulit, kurangnya penggunaan media digital untuk mempromosikan Kampung Batik Cibuluh, dan informasi yang lebih banyak hanya beredar di kalangan komunitas terbatas. Di samping itu,

## Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal Bogor

Anisya Phelia, Sulistiono, Devianti Yunita, Wahyudin Zarkasyi, Srihadi Winarningsih, Citra Sukmadilaga

keterbatasan kemampuan masyarakat dalam berbahasa asing mengakibatkan destinasi ini hanya dapat diakses oleh wisatawan lokal. Selain itu, rendahnya ketertarikan generasi muda yang lebih memilih gaya berpakaian modern, menyebabkan batik masih dianggap sebagai pakaian formal, bukan bagian dari tren fashion harian, serta persaingan dengan produk batik printing massal masih menjadi hambatan utama.

Dalam studi ini, penulis berusaha untuk menganalisis secara mendetail gambaran komprehensif tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi Kampung Batik Cibuluh. Temuan analisis tersebut lalu diarahkan untuk merancang strategi peningkatan daya saing yang sesuai, agar destinasi ini dapat bertahan dan bersaing secara berkelanjutan serta memberikan keuntungan nyata bagi masyarakat dan mendukung pelestarian budaya lokal Indonesia dengan judul penelitian “Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal di Kota Bogor”.

### B. PELAKSANAAN DAN METODE

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang memusatkan perhatian pada Kampung Batik Cibuluh, Kota Bogor, sebagai objek penelitian utama. Populasi yang diteliti meliputi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan sentra batik, seperti perajin, pengelola UMKM, perangkat desa, dan koperasi setempat. Mengingat penelitian kualitatif lebih fokus pada pendalaman data, penentuan sampel dilakukan melalui purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan keterlibatan langsung, pengalaman, dan relevansi dengan topik yang diteliti. Dari proses ini, diperoleh delapan narasumber utama yang terdiri atas empat pembuat batik, dua pengurus UMKM, satu anggota perangkat desa, dan satu wakil koperasi.

Perangkat penelitian yang dipakai mencakup panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan

dokumentasi. Panduan wawancara dibuat untuk mengeksplorasi peran Kampung Batik Cibuluh dalam mendukung UMKM, sumbangannya terhadap ekonomi kreatif, dan peluang serta tantangan yang dihadapi. Pengamatan dilakukan untuk mencatat langsung kegiatan produksi, pola pemasaran, serta interaksi komunitas, sedangkan dokumentasi berfungsi untuk melengkapi informasi yang didapat dari wawancara dan pengamatan.

Metode pengumpulan data dilaksanakan melalui tiga tahap (Gambar 1), yaitu: (1) wawancara mendalam dengan panduan semi-terstruktur, yang memungkinkan informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangan secara lebih komprehensif; (2) observasi partisipatif, di mana peneliti menyaksikan proses produksi batik, kegiatan penjualan, serta dinamika pengelolaan komunitas; dan (3) dokumentasi, yang meliputi berbagai sumber sekunder seperti foto produk, laporan UMKM, serta konten media sosial.



Gambar 1. Kegiatan Observasi dan Wawancara dengan Pengrajin Batik Lokal

Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis melalui analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan keterkaitan antar konsep yang muncul dari hasil wawancara, pengamatan, dan dokumen. Selanjutnya, hasil penelitian dianalisis lebih dalam dengan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Kampung Batik Cibuluh. Analisis SWOT ini menjadi landasan dalam menyusun strategi pengembangan yang tepat, terutama dalam meningkatkan daya saing UMKM batik pada era ekonomi kreatif di Indonesia.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa keberadaan Kampung Batik Cibuluh telah memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan ekonomi kreatif, pemberdayaan masyarakat, serta pelestarian budaya lokal. Melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat dipetakan kontribusi yang dihasilkan, dinamika pemberdayaan UMKM, analisis SWOT, serta strategi penguatan yang relevan untuk keberlanjutan kampung batik ini.

#### Kontribusi Ekonomi Kreatif

Salah satu temuan utama adalah kontribusi ekonomi kreatif berbasis batik terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Para pelaku UMKM di Kampung Batik Cibuluh melaporkan adanya kenaikan pendapatan keluarga antara 20–40% per bulan sejak terlibat dalam usaha ini (Gambar 2). Peningkatan tersebut tidak hanya berasal dari penjualan kain batik tradisional, melainkan juga dari pengembangan produk turunan seperti tas, sepatu, topi, dan aksesoris berbahan batik. Diversifikasi produk ini telah memperluas segmen pasar, terutama di kalangan anak muda dan wisatawan domestik yang mencari produk etnik namun tetap modern.



Gambar 2. Ragam Motif Batik Khas Kampung Cibuluh

Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam industri batik juga menciptakan rantai nilai yang melibatkan berbagai pihak, mulai dari penyedia bahan baku kain, produsen pewarna alami, hingga penjual di pasar dan toko oleh-oleh. Dengan demikian, Kampung

Batik Cibuluh berfungsi tidak hanya sebagai pusat produksi, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kreatif lokal yang mampu mendorong kemandirian masyarakat.

#### Pemberdayaan UMKM

Selain berkontribusi pada ekonomi, Kampung Batik Cibuluh juga berperan dalam aspek pemberdayaan sosial. Salah satu temuan menonjol adalah keterlibatan perempuan, khususnya ibu rumah tangga, dalam berbagai tahap produksi batik. Mereka dilibatkan dalam aktivitas membatik, menjahit, mengemas produk, hingga pemasaran (Gambar 3). Aktivitas ini memberikan kesempatan bagi perempuan untuk memiliki penghasilan sendiri, memperkuat posisi dalam rumah tangga, sekaligus meningkatkan rasa percaya diri.

Regenerasi juga menjadi aspek penting dalam pemberdayaan ini. Generasi muda dilibatkan sebagai desainer motif baru yang lebih modern dan sesuai dengan tren fashion, serta sebagai pemasar digital melalui media sosial dan marketplace. Peran mereka sangat penting dalam menghubungkan produk batik dengan konsumen generasi milenial dan gen Z yang lebih terbiasa dengan platform digital. Dengan demikian, pemberdayaan di Kampung Batik Cibuluh tidak hanya sebatas peningkatan pendapatan, tetapi juga mendorong transformasi sosial dan memperkuat kohesi antar-generasi dalam satu komunitas.



Gambar 3. Komunitas Pelaku UMKM di Kampung Batik Cibuluh

#### Analisis SWOT

Untuk memahami posisi strategis Kampung Batik Cibuluh, penelitian ini menggunakan matriks SWOT sebagaimana tersaji pada Tabel 1.

## Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal Bogor

Anisya Phelia, Sulistiono, Devianti Yunita, Wahyudin Zarkasyi, Srihadi Winarningsih, Citra Sukmadilaga

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal (*Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat*)

No	Internal Factors	External Factors
A.	Strengths	C. Opportunities
S1.	Motif Batik yang khas Bogor (daun talas, kujang, flora-fauna local) yang membedakan dari daerah lain	O1. Tren Ekonomi kreatif nasional yang terus berkembang
S2.	Diversifikasi produk batik (kain, tas, Sepatu, aksesoris) meningkatkan nilai tambah	O2. Dukungan pemerintah kota dan program CSR swasta terhadap UMKM kreatif
S3.	Keterlibatan aktif Perempuan dan ibu rumah tangga dalam produksi	O3. Pasar digital (marketplace, e-commerce, media sosial) terbuka luas
S4.	Partisipasi generasi muda sebagai desainer dan tenaga pemasaran digital	O4. Meningkatkan minat Masyarakat pada produk budaya otentik dan ramah lingkungan
S5.	Batik diakui sebagai warisan budaya UNESCO	O5. Potensi kemitraan dengan akademisi dan lembaga pendidikan untuk inovasi dan riset produk
B.	Weakness	D. Threats
W1.	Aksesibilitas yang terbatas	T1. Persaingan dengan produk batik printing massal dengan harga murah
W2.	Infrastruktur pendukung seperti : galeri terpadu, pusat informasi wisata dan wilayah khusus untuk proses experience	T2. Perubahan selera generasi muda yang lebih memilih fashion modern
W3.	Tidak ada penanda visual seperti gapura atau papan informasi yang mencolok	T3. Ketergantungan pada pameran offline dan event local untuk pemasaran
W4.	Pengelolaan kanal digital	T4. Krisis ekonomi global dapat menurunkan daya beli konsumen
W5.	Pengembangan dan promosi merek batik pribadinya	T5. Masuknya produk impor fashion berbahan batik tiruan (non-lokal)

Dari sisi kekuatan (strengths), kampung batik ini memiliki motif khas yang menggambarkan identitas Kota Bogor, seperti motif kujang, daun talas, Kebun Raya, dan fauna lokal. Selain itu, komunitas perajin yang solid serta adanya diversifikasi produk menjadi nilai tambah tersendiri. Kekuatan lain adalah keterkaitan erat antara batik dengan nilai budaya yang diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO.

Namun demikian, terdapat sejumlah kelemahan (weaknesses) yang menghambat pengembangan, antara lain keterbatasan modal usaha, kapasitas produksi yang masih kecil, serta keterampilan digital pelaku UMKM yang masih terbatas. Promosi digital belum dilakukan secara optimal, dan branding masih berjalan secara individu, belum terkoordinasi dalam satu identitas kolektif.

Dari sisi peluang (opportunities), terdapat tren positif dalam pengembangan

ekonomi kreatif nasional yang didukung pemerintah, peluang kerjasama melalui program CSR, serta terbukanya pasar digital melalui e-commerce. Ditambah lagi, meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi berbasis budaya memberi peluang besar untuk mengembangkan paket wisata edukasi batik.

Meski demikian, ancaman (threats) yang dihadapi juga tidak sedikit, seperti persaingan dengan produk batik printing massal yang lebih murah dan cepat diproduksi, rendahnya minat generasi muda terhadap batik sebagai busana sehari-hari, serta ketergantungan pemasaran pada event pameran offline. Tantangan ini harus diantisipasi agar Kampung Batik Cibuluh tidak kehilangan daya saing.

### 4. Strategi Penguatan

Berdasarkan analisis SWOT, penelitian ini merumuskan beberapa strategi penguatan sebagaimana tersaji pada Tabel 2.



Tabel 2. Formulasi Strategi Pengembangan Kampung Batik Cibuluh melalui Analisis SWOT

Jenis Strategi	Kombinasi	Penjelasan Strategis
Strategi SO (Strength– Opportunity)	S1 + O1, O4	Motif batik khas Bogor yang unik dimanfaatkan untuk merespons tren ekonomi kreatif nasional serta meningkatnya minat konsumen terhadap produk budaya otentik.
	S2 + O3	Diversifikasi produk (tas, sepatu, aksesoris batik) dipasarkan melalui kanal digital (marketplace, e-commerce) untuk memperluas segmen konsumen dan meningkatkan nilai tambah.
	S3, S4 + O2, O5	Partisipasi aktif perempuan dan generasi muda dimaksimalkan untuk menarik dukungan pemerintah, program CSR, serta kolaborasi akademisi dalam riset dan inovasi produk.
	S5 + O2, O4	Status batik sebagai warisan budaya UNESCO dijadikan branding kolektif untuk memperkuat identitas dan promosi wisata budaya yang didukung oleh pemerintah maupun masyarakat.
Strategi SW (Strength– Weakness)	S3, S4 + W4	Generasi muda dengan keterampilan digital digunakan untuk menutupi kelemahan dalam pengelolaan promosi dan pemasaran berbasis teknologi.
	S2 + W5	Diversifikasi produk memperkuat promosi bersama (branding kolektif), sehingga kelemahan promosi individu dapat diminimalisasi.
	S1, S5 + W2, W3	Identitas budaya khas dan pengakuan UNESCO dijadikan dasar pengembangan infrastruktur wisata (galeri terpadu, landmark visual) untuk mengatasi keterbatasan fisik.
Strategi ST (Strength– Threat)	S1, S5 + T1, T5	Motif khas Bogor dan legitimasi UNESCO dipakai sebagai diferensiasi untuk menghadapi persaingan dengan batik printing massal dan produk tiruan impor.
	S4 + T2	Kreativitas generasi muda dalam desain modern digunakan untuk menjawab pergeseran selera konsumen muda yang lebih memilih fashion kontemporer.
	S3 + T3	Partisipasi komunitas dalam pemasaran kolektif mengurangi ketergantungan pada event offline dan memperkuat promosi digital.
	S2 + T4	Diversifikasi produk batik adaptif digunakan untuk mengantisipasi dampak krisis ekonomi global dengan menjangkau segmen pasar lintas kelas sosial.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan strategi yang dirumuskan menunjukkan bahwa pengembangan Kampung Batik Cibuluh berfokus pada pemanfaatan potensi internal untuk mencapai peluang eksternal sambil mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman. Strategi SO menunjukkan bahwa keunikan motif, variasi produk, serta pengakuan UNESCO bisa dimanfaatkan untuk menghadapi tren ekonomi kreatif, memperluas pasar digital, dan memperkuat identitas kolektif melalui branding. Strategi SW menekankan bahwa partisipasi generasi muda dan penggunaan nilai budaya dapat menjadi solusi untuk kekurangan dalam promosi digital, branding individu, dan keterbatasan infrastruktur pariwisata. Selanjutnya, strategi ST menekankan bahwa diferensiasi melalui keaslian batik, inovasi desain dari generasi muda, serta diversifikasi produk sangat

penting untuk menghadapi persaingan batik printing, perubahan selera konsumen, ketergantungan pada event offline, serta kemungkinan terjadinya krisis ekonomi global.

Secara keseluruhan, penyusunan strategi ini menegaskan bahwa keberhasilan penguatan Kampung Batik Cibuluh sangat ditentukan oleh kolaborasi antara inovasi produk, digitalisasi, branding kolektif, dan kemitraan lintas sektor. Melalui pendekatan ini, Kampung Batik Cibuluh memiliki potensi untuk menjadi model pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas yang berkelanjutan, tidak hanya berdaya saing di tingkat lokal tetapi juga memiliki peluang untuk memasuki pasar nasional bahkan internasional

#### Diskusi dan Implikasi

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif

## Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal Bogor

Anisya Phelia, Sulistiono, Devianti Yunita, Wahyudin Zarkasyi, Srihadi Winarningsih, Citra Sukmadilaga

berbasis komunitas seperti Kampung Batik Cibuluh memiliki potensi besar untuk menjadi model pembangunan inklusif. Kontribusi yang dihasilkan bukan hanya dalam aspek ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan pendidikan. Bagi masyarakat, keberadaan kampung batik membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan, dan memberdayakan perempuan. Bagi generasi muda, ini menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan sekaligus pelestarian budaya.

Dari sisi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Dukungan berupa akses modal, infrastruktur, serta promosi digital menjadi kunci penting untuk keberlanjutan. Sementara bagi akademisi, penelitian ini memperkaya literatur dengan menghubungkan aspek ekonomi kreatif, pemberdayaan UMKM, dan pelestarian budaya dalam satu kerangka analisis.

Dengan strategi penguatan yang tepat, Kampung Batik Cibuluh tidak hanya mampu bersaing secara berkelanjutan, tetapi juga berpotensi menjadi ikon ekonomi kreatif Kota Bogor yang berkontribusi terhadap citra Indonesia sebagai negara dengan kekayaan budaya yang tinggi sekaligus adaptif terhadap perkembangan industri kreatif global.

### D. PENUTUP

#### Simpulan

Kampung Batik Cibuluh memiliki peran penting dalam penguatan ekonomi kreatif dan pemberdayaan UMKM di Kota Bogor. Keberadaannya meningkatkan pendapatan masyarakat melalui diversifikasi produk dan penciptaan lapangan kerja baru. Selain itu, keterlibatan perempuan dan generasi muda memperkuat aspek sosial serta keberlanjutan usaha kreatif. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan utama berupa motif batik khas, diversifikasi produk, partisipasi komunitas, dan pengakuan UNESCO. Namun, kelemahan masih terlihat pada keterbatasan modal, infrastruktur wisata, branding kolektif, dan promosi digital. Peluang yang tersedia meliputi tren ekonomi kreatif nasional,

dukungan pemerintah, pasar digital, dan minat masyarakat pada produk budaya. Ancaman yang dihadapi antara lain persaingan batik printing, perubahan selera generasi muda, ketergantungan pada event offline, dan krisis global.

Strategi penguatan menekankan pentingnya branding kolektif, digitalisasi UMKM, inovasi produk adaptif, dan kemitraan lintas sektor. Melalui strategi tersebut, Kampung Batik Cibuluh dapat memperkuat daya saing serta mengurangi kerentanan terhadap ancaman eksternal. Dengan demikian, kampung batik ini berpotensi menjadi model ekonomi kreatif berbasis komunitas yang berkelanjutan di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Table 3. Matriks IE Kampung Batik Cibuluh

	Eksternal Rendah (Skor 1,0 – 1,99)	Eksternal Sedang (Skor 2,0 – 2,99)	Eksternal Tinggi (Skor 3,0 – 4,0)
Internal Tinggi (Skor 3,0 – 4,0)	I – Grow & Build	II – Grow & Build	III – Grow & Build
Internal Sedang (Skor 2,0 – 2,99)	IV – Hold & Maintain	V – Hold & Maintain	VI – Hold & Maintain
Internal Rendah (Skor 1,0 – 1,99)	VII – Harvest or Divest	VIII – Harvest or Divest	IX – Harvest or Divest

Dengan analisis Matriks IE sebagaimana tersaji pada Tabel 3, Kampung Batik Cibuluh terletak di Kuadran V (Hold & Maintain), yang menunjukkan bahwa strategi yang sesuai adalah menjaga dan memperkuat kapasitas internal. Ini dapat dicapai melalui penguatan merek kolektif, optimalisasi pemasaran digital, pembentukan koperasi atau wadah bersama untuk UMKM, diversifikasi produk sesuai dengan tren pasar, serta meningkatkan kolaborasi antar sektor dengan pemerintah, universitas, dan sektor swasta.

Melalui strategi ini, Kampung Batik Cibuluh diharapkan dapat memperkuat dasar ekonomi kreatif yang berbasis UMKM, melindungi keberlangsungan usaha batik lokal, dan pada akhirnya tumbuh menjadi destinasi ekonomi kreatif unggulan yang

berkontribusi pada perekonomian Kota Bogor serta kesejahteraan warga.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka ada beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak terkait dalam upaya penguatan ekonomi kreatif dan pemberdayaan UMKM di Kampung Batik Cibuluh.

1. Penguatan Akses Permodalan. Pemerintah daerah dan lembaga keuangan mikro perlu memfasilitasi akses permodalan bagi UMKM batik, misalnya melalui program kredit usaha rakyat (KUR), koperasi batik, atau dana bergulir berbasis komunitas.
2. Optimalisasi Digitalisasi dan Branding Kolektif:
  - a. Adanya platform digital resmi Kampung Batik Cibuluh berupa website dan katalog online yang menampilkan produk semua pengrajin.
  - b. Branding kolektif “Batik Cibuluh Bogor” perlu diperkuat agar identitas kampung lebih menonjol dibanding promosi individual pengrajin.
3. Diversifikasi Produk untuk Generasi Muda
  - a. UMKM batik perlu mengembangkan produk turunan yang sesuai tren fashion, seperti jaket, sneakers, totebag, dan aksesoris.
  - b. Kolaborasi dengan desainer muda, pelaku industri kreatif, atau brand lokal dapat meningkatkan daya tarik batik di kalangan generasi milenial dan Gen Z.
4. Pelatihan dan Pendampingan Berkelanjutan
  - a. Diperlukan pelatihan manajemen usaha, strategi pemasaran digital, serta inovasi desain yang difasilitasi oleh perguruan tinggi atau lembaga pelatihan.
  - b. Pendampingan berkelanjutan dari pemerintah, akademisi, maupun organisasi non-profit dapat membantu menjaga konsistensi kualitas produk dan pemasaran.
5. Kolaborasi Lintas Sektor
  - a. Kampung Batik Cibuluh perlu menjalin kerja sama dengan sektor swasta melalui program CSR, dengan pemerintah

melalui promosi pariwisata, serta dengan akademisi untuk riset dan inovasi produk.

- b. Kolaborasi ini dapat memperkuat ekosistem ekonomi kreatif berbasis UMKM yang berkelanjutan.
6. Edukasi dan Sosialisasi Budaya Batik. Program edukasi batik di sekolah, kunjungan wisata edukatif, dan festival budaya perlu diperluas agar generasi muda memiliki kebanggaan dan minat menggunakan batik. Dengan demikian, batik tidak hanya dipandang sebagai busana formal, tetapi juga bagian dari gaya hidup sehari-hari.

### **Ucapan Terima Kasih**

Studi ini merupakan bagian dari usaha akademis untuk meneliti peran Kampung Batik Cibuluh dalam penguatan ekonomi kreatif serta pemberdayaan UMKM lokal di Kota Bogor. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Doktor Ilmu Akuntansi Universitas Padjadjaran atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan selama penelitian, kepada pengrajin batik, pengelola UMKM, perangkat desa, dan masyarakat Kampung Batik Cibuluh yang bersedia menjadi narasumber serta memberikan data dan informasi penting, serta kepada rekan-rekan peneliti dan kolega yang telah memberikan masukan, motivasi, dan kerja sama selama penelitian berlangsung. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas semua bantuan, dukungan, dan kontribusi tersebut.

### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Aldi, M. (2023). *Evaluasi program Kampung Batik Cibuluh binaan LPEM BAZNAS untuk pengembangan potensi budaya lokal di Kelurahan Cibuluh Kota Bogor* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor. (2023). *Masterplan Pengembangan Pariwisata Kota Bogor 2023–2028*.



## **Peran Kampung Batik Cibuluh dalam Penguatan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan UMKM Lokal Bogor**

Anisya Phelia, Sulistiono, Devianti Yunita, Wahyudin Zarkasyi, Srihadi Winarningsih, Citra Sukmadilaga

---

- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Laporan tahunan pariwisata Indonesia 2023*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Phadermrod, B., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*.
- Rasyifa, H., Zulianingrum, D., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2021). Strategic Development of Halal Tourism Village Kampung Batik Cibuluh Bogor (KBCB). *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 22(2), 1–15.
- Trisnawati, L., & Prasetyo, D. (2020). Model Pemberdayaan UMKM Berbasis Kemitraan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 7(2), 134–142.
- UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*.