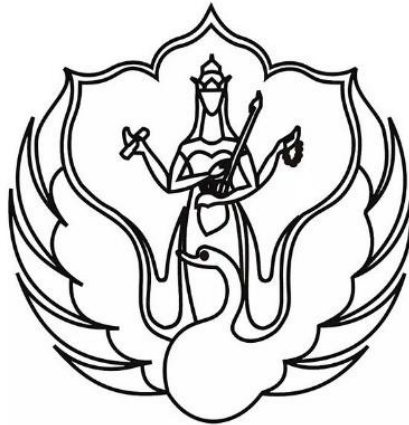


**PROGRAM PELATIHAN MEMBATIK
SEBAGAI SARANA PEMASARAN
DI CANTING BUANA KREATIF**



Tesis Ini Dibuat Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister S-2

Oleh:
FANI UTARI
2320269420

**PROGRAM STUDI TATA KELOLA SENI
PROGRAM MAGISTER
PROGRAM PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

**TESIS
TATA KELOLA SENI**

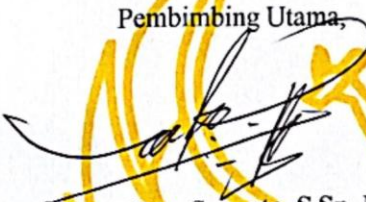
**PROGRAM PELATIHAN MEMBATIK SEBAGAI SARANA
PEMASARAN DI CANTING BUANA KREATIF**

Oleh:

**Fani Utari
2320269420**

Telah dipertahankan pada tanggal 18 Juni 2025 di depan
Dewan Penguji yang terdiri dari:

Pembimbing Utama,


Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A

Penguji Ahli,


Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si

Ketua,


Dr. Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn

30 JUN 2025

Yogyakarta,

Direktur



**Dr. Fortuhata Tyasrinestu, M.Si
NIP. 19721023 200212 2 001**

SURAT PERNYATAAN

Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fani Utari

NIM : 2320269420

Judul : Program Pelatihan Membatik Sebagai Sarana Pemasaran
di Canting Buana Kreatif

Program Studi : Magister Tata Kelola Seni

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya asli, bukan hasil jiplakan, belum pernah dipublikasikan dan belum pernah dipergunakan untuk mengambil gelar akademik di Perguruan Tinggi manapun. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat ketidakbenaran dalam penelitian ini, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Juni 2025

Yang membuat surat pernyataan



Fani Utari

ABSTRAK

Riset ini dilatarbelakangi oleh adanya sebuah fenomena kegiatan pelatihan membatik yang dilakukan oleh Canting Buana Kreatif dalam memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan, mengingat batik di Sumatera Barat khususnya Padang Panjang belum berkembang seperti yang ada di Pulau Jawa. Kebanyakan orang belum dapat membedakan antara batik dan bukan batik, sehingga persepsi tentang semua kain yang bermotif disebut batik semakin memperburuk keberadaan batik di Indonesia. Kegiatan pelatihan membatik Canting Buana Kreatif memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang batik yang sesungguhnya serta memanfaatkan situasi tersebut sebagai sarana dalam memasarkan produk batik yang diproduksi dengan mengangkat motif-motif khas Minangkabau, Sumatera Barat. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pelatihan membatik dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran dengan mengangkat teori pelatihan dan pemasaran menggunakan metode pendekatan secara langsung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi terhadap peristiwa pelatihan membatik yang ada di Canting Buana Kreatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan membatik tidak hanya dapat dijadikan sebagai sarana dalam melakukan pemasaran namun juga dapat melahirkan kreativitas baru dalam mendukung perkembangan batik di Padang Panjang, Sumatera Barat. Dengan menerapkan beberapa strategi dalam proses pelatihan dan pemasarannya, Canting Buana Kreatif mampu memberikan dampak terhadap perkembangan ekonomi dan budaya daerah.

Kata Kunci: Pelatihan, Batik, Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of batik training activities carried out by Canting Buana Kreatif in marketing the products and services offered, considering that batik in West Sumatra, especially Padang Panjang, has not developed like that in Java. Most people have not been able to distinguish between batik and non-batiks, so the perception of all patterned fabrics being called batik has further worsened the existence of batik in Indonesia. Canting Buana Kreatif's batik training activities introduce and educate the public about real batik and utilize the situation as a means of marketing the batik products they produce by promoting typical Minangkabau motifs, West Sumatra. This research is important to do to find out batik training can be used as a marketing tool by lifting the theory of training and marketing using a direct approach method. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach to batik training events at Canting Buana Kreatif. Data collection techniques were carried out through observation, interviews and documentation. The results showed that batik training activities can not only be used as a means of marketing but can also give birth to new creativity in supporting the development of batik in Padang Panjang, West Sumatra. By implementing several strategies in the training and marketing process, Canting Buana Kreatif is able to have an impact on regional economic and cultural development.

Keywords: Training, Batik, Marketing, MSMEs

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur Penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga tesis dengan judul “Program Pelatihan Membatik Sebagai Sarana Pemasaran di Canting Buana Kreatif” ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah persyaratan memperoleh gelar Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Pada kesempatan ini Penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si, selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr.Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, M.Sn, selaku Ketua Penguji sekaligus Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si, selaku Penguji Ahli sekaligus Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A, selaku Pembimbing sekaligus Koordinator Program Studi Tata Kelola Seni Program Magister, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Seluruh Teman-teman angkatan 2023 Program Studi Magister Tata Kelola Seni Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Seluruh pihak Canting Buana Kreatif Padang Panjang, Sumatera Barat, terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya dalam kelancaran proses penelitian ini.
9. Seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa mendo'akan, mendukung dan selalu menjadi penyemangat dalam penyelesaian tesis ini.

Disadari bahwa tulisan ini mungkin jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan wawasan yang dimiliki, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang mendukung dari berbagai pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Sekian kata pengantar ini dibuat dan diharapkan tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 26 Mei 2025

Penulis,



Fani Utari

DAFTAR ISI

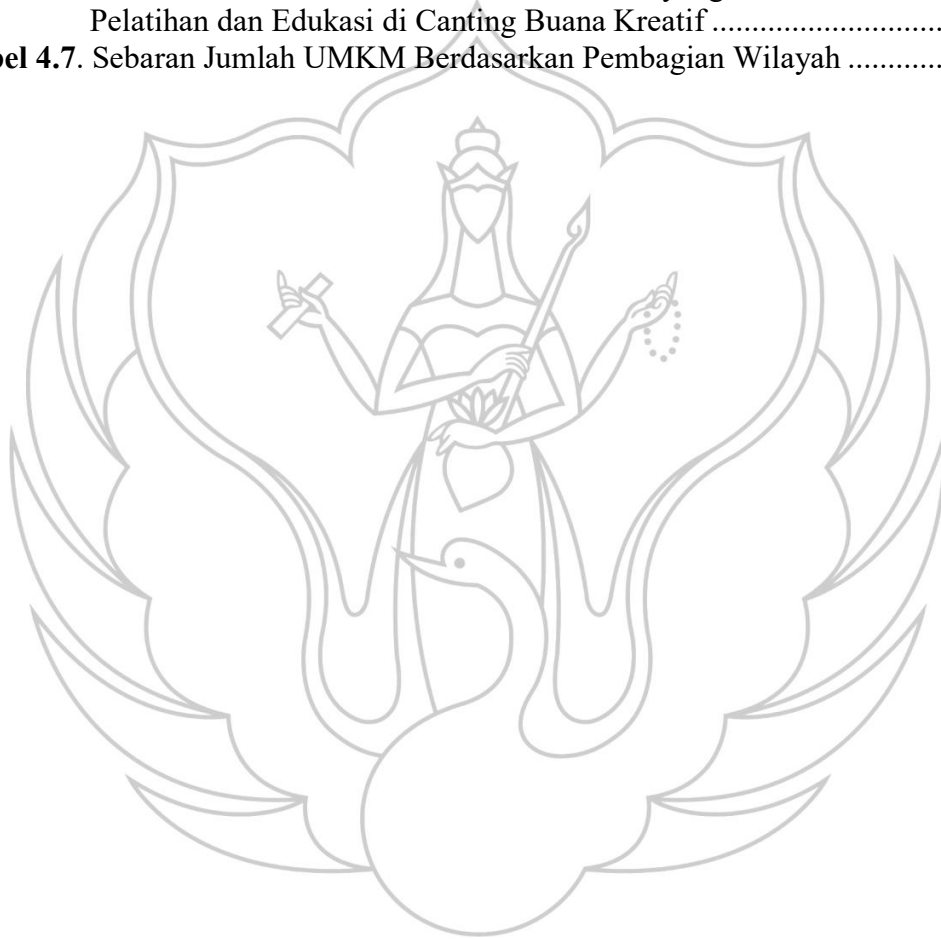
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Sumber	8
B. Landasan Teori	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	44
B. Sumber Informasi	46
C. Teknik Pengumpulan Data	46
D. Analisis Data.....	47
E. Jangka Waktu Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Canting Buana Kreatif	
1. Letak Geografis Canting Buana Kreatif.....	49
2. Sejarah Batik di Sumatera Barat.....	50
3. Awal Berdirinya Canting Buana Kreatif	52
4. Profil Pemilik Canting Buana Kreatif	58
5. Batik Canting Buana Kreatif	61
B. Proses Pelatihan Membatik di Canting Buana Kreatif	
1. Deskripsi Proses Pelatihan.....	73
2. Metode dan Teknik Pelatihan	83
C. Penerapan Pelatihan Sebagai Sarana Peningkatan Pemasaran	
1. Komponen Pemasaran Canting Buana Kreatif.....	88
2. Strategi Pemasaran yang Diterapkan	94
3. Dampak Pelatihan Membatik Terhadap Pemasaran.....	101

D. Dampak Pelatihan pada Aspek Ekonomi dan Budaya	
1. Dampak Ekonomi dari Kegiatan Pelatihan	105
2. Dampak Budaya dari Kegiatan Pelatihan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	120
DAFTAR NARASUMBER.....	124
LAMPIRAN.....	126



DAFTAR TABEL

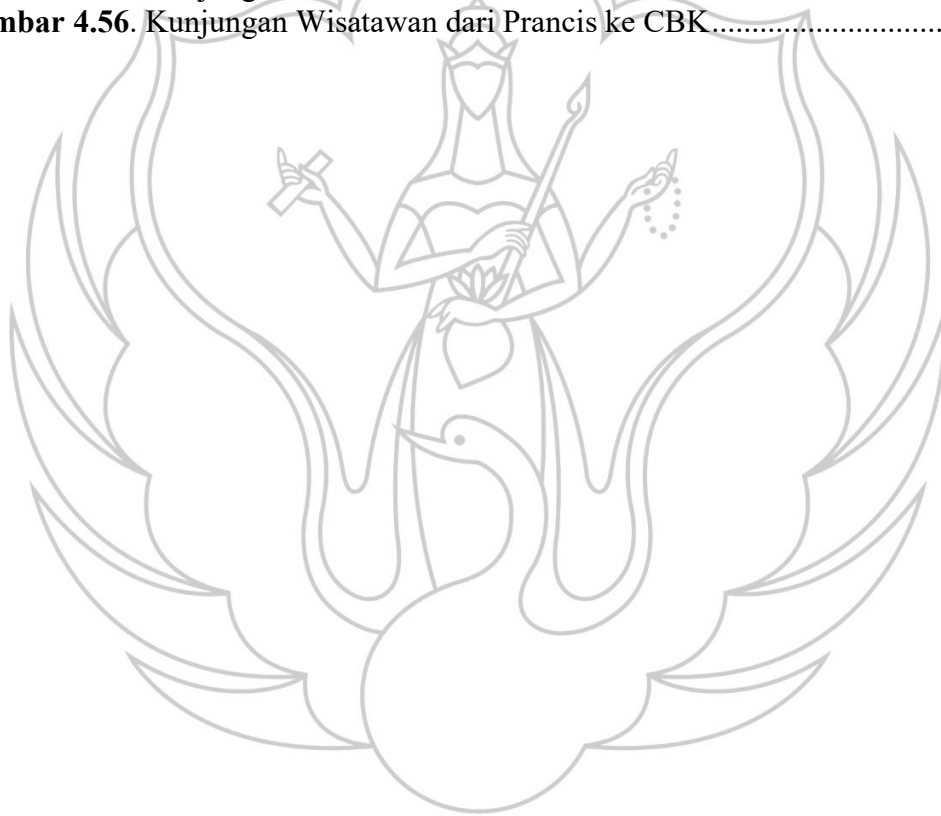
Tabel 3.1. Jangka Waktu Penelitian	57
Tabel 4.2. Roundown Kegiatan Pelatihan Universitas Taman Siswa Padang ...	89
Tabel 4.3. Daftar Harga Produk Canting Buana Kreatif	101
Tabel 4.4. Daftar Lembaga Pemerintah yang Bekerjasama dengan Canting Buana Kreatif.....	105
Tabel 4.5. Daftar Komunitas yang Bekerjasama dengan Canting Buana Kreatif.....	106
Tabel 4.6. Daftar Sekolah dan Pendidikan Non Formal yang Pernah Melakukan Pelatihan dan Edukasi di Canting Buana Kreatif	108
Tabel 4.7. Sebaran Jumlah UMKM Berdasarkan Pembagian Wilayah	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model ADDIE	21
Gambar 2.2. Marketing Mix Elements	29
Gambar 2.3. Kain Putih	46
Gambar 2.4. Canting	46
Gambar 2.5. Lilin dan Pemanas	47
Gambar 2.6. Motif Batik Pesisir	48
Gambar 2.7. Motif Batik Pedalaman	48
Gambar 2.8. Motif Batik Keraton	49
Gambar 3.9. Kerangka Berfikir Penelitian	53
Gambar 4.10. Denah Lokasi Canting Buana Kreatif	58
Gambar 4.11. Serah Terima Tanah oleh Ketua KAN	61
Gambar 4.12. Tempat Penjualan Produk Canting Awal	62
Gambar 4.13. Tempat Pelatihan Membatik Canting Buana Kreatif	62
Gambar 4.14. Kunjungan Syekh Wissam Assad dan Fasli Jalal	64
Gambar 4.15. Kegiatan Diskusi dan Ngobrol Santai Ketua KAN	64
Gambar 4.16. Widdiyanti Mengikutsertakan Putra-Putrnnya dalam Memabatik	65
Gambar 14.7. Widdiyanti Sedang Mengajarkan Batik pada Wibowo Santoso	66
Gambar 4.18. Widdiyanti Ketika Memberikan Pelatihan Kepada Siswa SMK	66
Gambar 4.19. Penyerahan Piagam Penghargaan dan Pin Emas	67
Gambar 4.20. Piagam Penghargaan dan Pin Emas	67
Gambar 4.21. Motif <i>Kaluak Paku Kacang Balimbian</i>	70
Gambar 4.22. Motif <i>Lumuik Hanyuik</i>	70
Gambar 4.23. Motif <i>Pucuak Rabuang</i>	71
Gambar 4.24. Motif <i>Carano Kanso</i>	72
Gambar 4.25. Motif <i>Siriah Gadang</i>	72
Gambar 4.26. Motif <i>Itiak Pulang Patang</i>	73
Gambar 4.27. Batik CBK Motif <i>Pragede Jaguang</i>	74
Gambar 4.28. Batik CBK Motif <i>Roda Pedati</i>	75
Gambar 4.29. Batik CBK Motif <i>Rangkiang</i> dan Pohon Kelapa	76
Gambar 4.30. Batik CBK Motif Gerbang Padang Panjang	77
Gambar 4.31. Batik CBK Motif Masjid Asasi Sigando	78
Gambar 4.32. Batik CBK Motif <i>Kapeh Cino</i> dan Daun Bodi	78
Gambar 4.33. Batik CBK Motif <i>Rumah Gadang</i>	79
Gambar 4.34. <i>Price List</i> Paket Pelatihan dari Tahun 2020 sampai Sekarang ...	83
Gambar 4.35. Proses Pelatihan Membatik Guru Seni Budaya SMP	88
Gambar 4.36. Pameran Tambo Art Center pada Tahun 2022 di Padang	89
Gambar 4.37. Pameran di Ngalau Indah Payakumbuh pada Tahun 2024	89
Gambar 4.38. Proses Memindahkan Desain	94
Gambar 4.39. Proses Mencanting	95
Gambar 4.40. Proses Pewarnaan Batik	95
Gambar 4.41. Proses Penjemuran setelah Pewarnaan	96
Gambar 4.42. Produk Batik CBK dengan Kemasannya	97

Gambar 4.43. Suasana di Tempat Pelatihan Membatik.....	99
Gambar 4.44. Media Sosial Instagram CBK	100
Gambar 4.45. Media Sosial Facebook CBK.....	100
Gambar 4.46. Widdiyanti sedang Melayani Pembeli di CBK.....	101
Gambar 4.47. Produk Canting Buana Kreatif untuk Seragam Anggota DPRD	109
Gambar 4.48. Produk Canting Buana Kreatif untuk seragam Acara Resmi	110
Gambar 4.49. Data Penjualan Canting Buana Kreatif.....	111
Gambar 4.50. Sertifikat HaKi Motif Rangkang dan Pohon Kelapa	122
Gambar 4.51. Produk Canting Buana Kreatif di Turkey	123
Gambar 4.52. Produk Canting Buana Kreatif di Maroko.....	123
Gambar 4.53. Widdiyanti sedang Mengajarkan Peserta Tuna Rungu.....	126
Gambar 4.54. Kegiatan Peserta Tuna Rungu yang sedang Membatik di CBK	126
Gambar 4.55. Kunjungan Wisatawan dari Polandia ke CBK.....	128
Gambar 4.56. Kunjungan Wisatawan dari Prancis ke CBK.....	128



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-Kisi Wawancara.....	140
Lampiran 2. Pedoman Wawancara.....	143
Lampiran 3. Transkripsi Wawancara	149
Lampiran 4. Foto-Foto Kegiatan Pendukung.....	193



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Batik memiliki nilai keindahan dan karakteristik dalam motifnya, sehingga dijadikan sebagai simbol kebanggaan dan identitas nasional bangsa Indonesia. Batik telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi pada 2 Oktober 2009 (Iskandar & Kustiyah, 2016:2457). Kehadiran batik mencerminkan makna sejarah, filosofi, dan kekayaan budaya yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Setiap motif memiliki arti unik yang menggambarkan prinsip hidup dan kepercayaan masyarakat, sehingga menjadi sebuah karya seni yang memiliki nilai dan makna tersendiri. Batik telah dikenal hingga seluruh dunia dan menjadi bagian integral dari identitas budaya Indonesia. Selain itu, batik telah menjadi bukti nyata dari kreativitas dan keunikan warisan budaya yang terus hidup dan berkembang (Trixie., 2006:3-5).

Perkembangan batik sudah mencapai daerah-daerah di seluruh Indonesia. Bahkan dijadikan sebagai pakaian formal oleh lembaga-lembaga pendidikan, perkantoran, dan lembaga swasta lainnya. Selain dijadikan sebagai pakaian, batik juga digunakan untuk berbagai jenis aksesoris dan perlengkapan rumah tangga (Wulandari, 2022:7). Batik yang digunakan tersebut memiliki motif yang beragam sesuai dengan identitas daerah yang dibawanya. Seperti motif klasik parang dan kawung memiliki makna filosofis yang menonjol dalam batik Yogyakarta dan Solo (Wulandari, 2022:19-23). Batik Pesisir Pekalongan terkenal dengan warna cerah

dan motif alami. Sumatera Barat sebagai daerah di luar Pulau Jawa juga memiliki motif batik yang menggambarkan filosofi budaya Minangkabau, sebagai contoh batik yang di produksi Canting Buana Kreatif yang selanjutnya disebut CBK menggambarkan motif-motif tradisi di Sumatera Barat.

Motif batik yang beragam dibuat dengan teknik yang berbeda. Ada tiga teknik pembuatan batik yaitu, batik tulis, batik cap dan batik lukis (Prasetyo, 2016:53). Selain tiga teknik di atas, terdapat teknik lain yaitu printing yang juga banyak menghasilkan kain bermotif batik. Pada saat ini kain bermotif batik printing lebih banyak digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan batik tulis dan cap. Penggunaan kain bermotif batik yang pada dasarnya bukanlah batik, dapat mengancam keberadaan batik tulis, cap dan lukis (Oscario, 2014:553). Salah satu penyebabnya ialah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbedaan antara batik tulis, cap, dan printing. Permasalahan ini dapat berakibat pada batik yang asli dan membuat orang-orang melupakan nilai-nilai, fungsi dan teknik batik yang telah diwariskan dari dahulu (Nawawi, 2018:45-52).

Menyikapi situasi tersebut, CBK membuat program pelatihan membatik sebagai upaya dalam menjaga kelestarian batik tulis dan cap, agar nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya tidak pudar. Kehadiran teknologi ikut mempengaruhi perkembangan batik yang diproduksi secara printing karena dipandang lebih efisien, namun secara teknik tidak dapat dikatakan sebagai batik. Program pelatihan dapat digunakan sebagai salah satu sarana dalam memperkenalkan batik tulis dan batik cap kepada para generasi muda khususnya di daerah Sumatera Barat, yang merupakan daerah yang perkembangan batiknya belum semaju di Pulau Jawa

Namun melalui motif-motif khas Minangkabau masyarakat dan generasi muda diajak untuk ikut berpartisipasi dalam melakukan pelatihan membatik tulis secara langsung. Tujuannya adalah agar masyarakat sadar akan pentingnya menjaga dan melestarikan batik serta dapat meningkatkan kesejahteraan (Dahmiri, 2019:20-28).

Salah satu keunggulan dari CBK adalah memiliki motif-motif khas yang disesuaikan dengan pesanan pelanggan. Motif yang dibuat oleh CBK merupakan motif yang *limited edition*. Batik tulis yang sudah dibuat tidak akan dibuat lagi dengan motif yang sama dikemudian hari (Putriani, 2021:4). Secara umum teknik dan teori membatik yang digunakan sama dengan teknik batik Jawa, namun yang membedakan adalah pada motif batiknya. Dengan demikian masyarakat dapat membedakan batik Minang dengan batik-batik lain di tanah air dimana, batik Minang terus berkembang dengan tetap mengadopsi budaya lokal, gaya desain, proses produksi, dan hasil jadi.

Pelatihan membatik di CBK memfasilitasi masyarakat atau konsumen yang ingin berlatih membatik, kemudian timbul keinginan untuk membeli produk yang disediakan di CBK berupa batik jadi. Keadaan tersebut tentu memberikan keuntungan terhadap pemasaran di CBK. Sebagaimana diketahui bahwa pemasaran batik telah memberikan kontribusi besar dalam perekonomian nasional, khususnya melalui sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Wulansari, 2015:1-9). UMKM batik dalam skala mikro perlu untuk membangun ekosistem agar bisa semakin tumbuh dan berkembang. CBK merupakan salah satunya yang termasuk dalam kategori mikro yang hingga saat ini terus melakukan pengembangan. Salah satu cara yang dilakukan CBK adalah melalui program pelatihan membatik.

Penelitian yang membahas tentang CBK baru sebatas strategi pengembangan dan penggunaan motif batik. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk melengkapi studi terdahulu yang mengkaji tentang pelatihan membatik sebagai sarana pemasarannya. Melalui penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan pengetahuan baru yang dapat berguna bagi pertumbuhan ekonomi dan budaya di Indonesia. Secara khusus untuk mengeksplorasi dan menganalisis program pelatihan membatik di CBK sebagai sarana pemasaran yang efektif. Untuk mendukung penelitian ini akan membahas tiga poin penting diantaranya: 1) implementasi pelatihan; 2) metode pemasaran yang digunakan, dan 3) dampak program pelatihan terhadap pemasaran. 4) dampak pelatihan membatik pada aspek ekonomi dan budaya. Pembahasan topik diatas memberikan gambaran terhadap program pelatihan sebagai sarana pemasaran di CBK.

B. Rumusan Masalah

Program pelatihan membatik dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana dalam mempromosikan atau memperkenalkan produk kepada konsumen atau masyarakat secara lebih luas, mengingat perkembangan batik di Padang Panjang, Sumatera Barat belum berkembang seperti di Pulau Jawa. Masalah selanjutnya yaitu perkembangan teknologi saat ini yang lebih banyak menggunakan teknologi digital sebagai sarana dalam memasarkan produk, sehingga metode secara interaksi langsung mulai terlupakan. CBK berusaha mempertahankan metode interaksi langsung sebagai sarana dalam memperkenalkan serta memasarkan batik yaitu dalam bentuk program pelatihan membatik. Berdasarkan rumusan masalah di atas

dapat ditentukan beberapa pertanyaan penelitian yang penting untuk dijawab, yakni:

1. Bagaimana proses pelatihan membatik yang dilakukan di CBK?
2. Bagaimana CBK menerapkan program pelatihan membatik sebagai sarana dalam meningkatkan pemasaran?
3. Apa dampak pelatihan membatik yang dilakukan CBK pada aspek ekonomi dan budaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui proses pelatihan membatik yang dilakukan di CBK.
2. Menganalisis program pelatihan membatik sebagai sarana dalam meningkatkan pemasaran di CBK.
3. Menganalisis dampak pelatihan membatik yang dilakukan CBK pada aspek ekonomi dan budaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan pengetahuan lebih lanjut tentang batik CBK dan program pelatihan membatik untuk bidang industri yang serupa.

- b. Memberikan pengetahuan tentang pemilihan sarana pemasaran yang tepat untuk bidang industri kreatif batik.
- c. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan program pelatihan membatik sebagai sarana pemasaran pada industri batik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola

- 1) Meningkatkan citra CBK sebagai pelaku bisnis batik yang peduli terhadap budaya lokal.
- 2) Memperluas jaringan dan mitra bisnis CBK dalam melestarikan seni batik.

b. Bagi Seniman Batik

- 1) Memberikan peluang pada pengembangan teknik dan kreativitas membatik para seniman batik.
- 2) Meningkatkan kualitas hasil karya para seniman batik baik dari segi desain, presisi dan daya tahan produk.
- 3) Memberikan peluang kolaborasi dengan seniman atau pakar-pakar batik lainnya dan para pelaku industri.

c. Bagi Pemerintah Daerah

- 1) Melestarikan budaya daerah melalui ragam motif batik khususnya budaya Minangkabau.

- 2) Memberikan pedoman bagi Pemerintah Daerah dalam perencanaan kebijakan yang tepat sasaran pada bidang budaya dan ekonomi kreatif di tingkat Kota dan Provinsi.
- 3) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah baik di tingkat Kota Padang Panjang maupun Provinsi Sumatera Barat.

d. Bagi Masyarakat

- 1) Menambah wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif bagi kemajuan UMKM yang bergerak di bidang yang sama.
- 2) Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian batik sebagai identitas bangsa.
- 3) Mengapresiasi perkembangan batik di tengah masyarakat khususnya di Provinsi Sumatera Barat.

