

**PEMASARAN  
DESA WISATA BATIK TULIS GIRILOYO  
YOGYAKARTA**



**JURNAL**

Oleh:

**DESY IRMA FITRIANI**

**NIM 1500039026**

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI  
JURUSAN TATA KELOLA SENI FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2019**

Naskah jurnal ini telah diterima oleh Tim Pembimbing Skripsi Pengkajian Seni Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 18 Juli 2019.

Pembimbing I

Yohana Ari R, SE., M.Si.  
NIP 19730205 200912 2001

Pembimbing II

Andreas Sudjud Dartanto, S.Sn., M.Hum.  
NIP 19760522 200604 1001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni  
Program Studi Tata Kelola Seni

Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A.  
NIP 19731022 200312 1 001

# PEMASARAN DESA WISATA BATIK TULIS GIRILOYO YOGYAKARTA

Oleh:  
**DESY IRMA FITRIANI**  
**NIM: 1500039026**

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI**  
**JURUSAN TATA KELOLA SENI FAKULTAS SENI RUPA**  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**2019**

## ABSTRAK

Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta merupakan desa wisata yang mengunggulkan batik tulis keturunan Kraton dan metode pewarnaan batik menggunakan cara tradisional. Wisatawan yang berkunjung di desa wisata ini dapat melakukan kegiatan belajar membatik, dan belanja batik, bahkan bisa menikmati suasana alam pedesaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta yang digunakan dalam mengembangkan desa wisata.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan melalui pemasaran dan menggunakan unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P+3P yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi/tempat, orang, proses, dan bukti fisik. Data diperoleh dengan wawancara, observasi, catatan, dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desa wisata yang mengunggulkan budaya dan seni daerah dapat menjadi daya tarik wisatawan. Hal tersebut dapat dianalisis melalui ilmu pemasaran dengan teori bauran pemasaran yang dapat mengidentifikasi perkembangan desa wisata tersebut. Perkembangan di desa wisata dibuktikan dengan adanya jumlah wisatawan yang mengalami peningkatan dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

**Kata kunci:** *Desa Wisata, Batik Tulis, Bauran Pemasaran, Pengelolaan.*

## **ABSTRACT**

*The Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta tourism village is a tourist village that features batik as Kraton heritage with batik coloring traditional methods. Tourists visiting this tourist village can do batik learning activities, batik shopping, and even enjoy the atmosphere of rural nature. The purpose of this study was to find out the marketing of Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta tourism village used in developing tourism villages.*

*This study uses descriptive qualitative method with an approach through marketing and uses elements of the 4P+3P marketing mix, namely product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence. Data were obtained by interviews, observation, notes, and documentation.*

*The result of this study indicates that tourist villages which favor regional culture and art can be tourist attractions. This can be analyzed through marketing science with a marketing mix theory that can identify the development of the tourist village. The development in tourist village is proven by the increasing number of tourist in the five years.*

**Keywords:** *Tourism Village, Batik Tulis, Marketing Mix, Management*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi wisata mulai dari keindahan alam serta keanekaragaman seni dan budaya. Semua keragaman tersebut tumbuh dan berkembang di dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Kearifan lokal merupakan salah satu bentuk budaya, yang dapat didefinisikan sebagai suatu kekayaan budaya lokal yang mengandung kebijakan hidup. Kearifan lokal biasanya diajarkan secara turun temurun dan diwariskan dari generasi ke generasi yang diwujudkan dalam bendawi maupun nonbendawi, seperti bahasa, sastra, kesenian, upacara, serta adat istiadat (<https://publikasi.data.kemdikbud.go.id>).

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai pusat pendidikan, pusat kebudayaan, dan daerah wisata utama yang potensial (Munawaroh, 2000: 49). Kota Yogyakarta merupakan salah satu tujuan wisatawan di Indonesia baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Kota Yogyakarta dari segi pariwisata menyuguhkan berbagai macam jenis objek wisata yang dapat dikunjungi mulai wisata belanja, wisata alam, wisata religi, dan wisata budaya. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, melalui peningkatan perolehan devisa, kesempatan usaha dan kesempatan kerja, dapat memberikan manfaat untuk kesejahteraan masyarakat (Muljadi dan Warman, 2004: 2).

Kawasan pariwisata dalam mengembangkan dan meningkatkan objek wisata suatu lembaga atau pihak terkait perlu menggunakan cara dalam mengembangkannya yaitu dengan pemasaran, yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi tentang kawasan pariwisata, supaya wisatawan lokal maupun asing dapat mengetahui akan adanya objek wisata yang berada di daerah tertentu, Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta merupakan salah satunya.

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku, desa wisata merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan (Antara dan Arida, 2015: 7). Konsep dari desa wisata dalam pembangunan perjalanan pariwisata di Indonesia telah memberikan variasi destinasi yang berbeda sehingga suatu kawasan pariwisata tidak selalu terjebak dengan gaya pariwisata itu sendiri. Keberadaan suatu desa wisata pada kawasan atau desa dapat menyerap tenaga kerja pedesaan, dan sebagai penggerak ekonomi wilayah.

Kabupaten Bantul merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten ini memiliki kekayaan seni dan budaya, kekayaan alam, serta merupakan daerah yang berpotensi sebagai objek dan daya tarik wisata. Masyarakat setempat mulai mengelola kawasan-kawasan tersebut sebagai peluang usaha untuk meningkatkan perekonomian mereka dari segi pariwisata. Banyak objek pariwisata yang bermunculan di daerah Bantul, khususnya di Kecamatan Imogiri, mulai dari wisata alam seperti wisata kebun buah Mangunan, hutan pinus, seribu batu Songgolangit, dan wisata budaya

seperti makam raja-raja Imogiri dan Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta.

Lokasi desa wisata batik ini terletak tidak jauh dari pusat kota Yogyakarta yaitu di Dusun Giriloyo, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa wisata ini menawarkan potensi wisata yang berbeda dari wisata-wisata lainnya yaitu kerajinan batik tulis. Keunggulan ini yang kemudian dikembangkan oleh pemerintah ataupun pelaku pariwisata yang terkait. Selain mengunggulkan sebagai pariwisata, desa wisata ini berperan penting dalam melestarikan warisan budaya bangsa terutama batik tulis, dengan didukung bahwa batik ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak Oktober 2009 oleh UNESCO (Musman dan Arini, 2011: 1).

Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta merupakan desa wisata budaya dengan keunggulan batik tulis yang masih keturunan dari Kraton Yogyakarta dan tetap dilestarikan hingga saat ini. Batik merupakan nilai seni kerajinan tangan yang menggunakan alat sederhana yang disebut dan bahan alami yang berasal dari tumbuh-tumbuhan (Mulyani, 2014: 169). Batik tulis ini berfungsi sebagai keunggulan dan daya tarik Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta.

Desa wisata ini terletak di lokasi yang strategis 17 km dari arah Kota Yogyakarta yaitu Jl. Imogiri Timur, No. Km 14, Karang Kulon, Wukirsari, Imogiri, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta merupakan desa wisata yang tergolong baru dan dalam proses perkembangan karena masih berdiri 10 tahun pada 2019. Selain itu pada tahun 2019 di Kabupaten Bantul Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta masuk dalam kategori sebagai desa wisata terbaik (Wawancara, 26 Mei 2019).

Pengelola yang terlibat dalam pengembangan desa wisata ini memiliki cara dalam mengembangkan Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta salah satunya dari segi pemasaran. Peran pemasaran sendiri memiliki tujuan untuk memasarkan suatu tempat wisata yang dapat memberikan dampak positif terhadap objek wisata tersebut. Pemasaran sendiri merupakan ujung tombak dari pariwisata yang digunakan untuk menembus dan membuka jaringan pasar, menyebarluaskan informasi kepada khalayak umum tentang destinasi wisata dan untuk mendapatkan kunjungan dari wisatawan. Selain itu target pasar pariwisata dan ekonomi masyarakat sekitar tempat wisata akan terpenuhi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka muncul ide penelitian tentang bagaimana pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta tersebut.

## 2. Rumusan Masalah

Bagaimana pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta?

## 3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta yang digunakan dalam mengembangkan desa wisata tersebut.

#### 4. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian Pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta adalah deskriptif kualitatif. Metode ini peneliti mencoba menemukan permasalahan di dalam suatu Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta dan mendiskripsikannya untuk kemudian dianalisis secara mendalam. Pendekatan ini dilakukan dengan pengelola Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif peneliti dapat menemukan data-data kunjungan wisatawan, struktur pengelola, dan data penunjang lainnya yang selanjutnya data-data tersebut dikonfirmasi kepada informan secara terus menerus. Data tersebut diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 5. Teori

##### a. Pemasaran

Definisi pemasaran dalam segi sosial adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2009: 5).

Pemasaran memiliki cara untuk melihat hasil dari proses pemasaran melalui bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Muljadi dan Warman, 2004: 106). Adapun unsur-unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi/tempat, orang, proses, dan bukti fisik.

##### b. Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, *pari* yang berarti sempurna, lengkap, tertinggi, dan *wisata* yang berarti perjalanan, sehingga pariwisata berarti perjalanan yang lengkap dan sempurna (Arjana, 2016: 6). Definisi pariwisata yang lain adalah kegiatan orang-orang yang berpergian dari daerah wisatawan pergi ke daerah lain untuk mengisi waktu senggang dan untuk bersenang-senang atau rekreasi yang sifatnya sementara waktu dan tidak menghasilkan di daerah tujuan wisata (Efrita, 2015: 6).

##### c. Desa Wisata

Desa wisata merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan (Antara dan Arida, 2015: 7).

##### d. Batik

Batik Indonesia merupakan suatu keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya dan batik ditetapkan sebagai Warisan

Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak Oktober 2009 oleh UNESCO (Musman dan Arini, 2011: 1).

## B. PEMBAHASAN DAN HASIL

Desa Wisata Giriloyo terletak di selatan kota Yogyakarta yang telah memiliki gazebo kesekretariatan yaitu di Jl. Imogiri Timur, No. Km 14, Karang Kulon, Wukirsari, Imogiri, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta dan menjadi pusat kegiatan wisata batik tulis dari mulai belajar membatik, praktik membatik, dan belanja batik yang menjadi daya tarik wisata. Desa wisata ini telah dikelola oleh Paguyuban Batik yang menaungi 12 kelompok batik yaitu Giri Indah, Berkah Lestari, Sekar Arum, Sri Kuncoro, Bima Sakti, Sungging Tumpuk, Suka Maju, Sungsang, Sido Mukti, Sekar Kedhaton, Sido Mulyo dan Giricanting. Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta telah berdiri selama 10 tahun yang di resmikan pada Mei 2009 (Wawancara, 26 Mei 2019).

Pengelolaan Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta dalam memperkenalkan objek wisata salah satunya dari segi pemasaran. Peran pemasaran sendiri memiliki tujuan untuk memasarkan dan menyebarkan informasi kepada khalayak umum tentang suatu tempat wisata yang dapat memberikan dampak positif terhadap objek wisata tersebut. Analisis pemasaran yang dilakukan Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo melalui bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi/tempat, orang, proses dan bukti fisik.

### 1. Produk

Produk (*Product*) merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada suatu pasar atau konsumen untuk memuaskan kebutuhan, kategori tersebut yang meliputi objek-objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide-ide (Sunyoto, 2015: 30). Produk dari Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta terbagi menjadi beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi produk desa wisata yaitu pertama, merek dari desa wisata ini ialah Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta. Kedua, kemasan produk Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta yang berkaitan dengan penyajian kepada konsumen atau wisatawan adalah dengan adanya gazebo-gazebo yang digunakan untuk kesekretariatan dan pusat kegiatan berwisata batik. Ketiga, kualitas produk Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta adalah berkaitan erat dengan batik tulisnya. Terdapat keunikan dalam batik tulis Giriloyo yaitu pembatik mayoritas adalah perempuan yang memiliki ciri khas dalam membatik, proses membatik dilakukan dengan sabar, tekun, dan teliti. Pewarnaan kain batik menggunakan dua teknik yaitu dengan pewarna alami dan kimia.

## 2. Harga

Harga (*price*) adalah kuantitas, kualitas dan nilai yang diberikan kepada suatu produk dan jasa (Bungin, 2015: 54). Harga paket Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta

- a. Paket Belajar Batik 1
  - Fasilitas : Peralatan membatik (pinjam pakai)
  - Biaya : Rp. 25.000,-/orang
- b. Paket Belajar Batik 2
  - Fasilitas : Snack, peralatan membatik (pinjam pakai)
  - Biaya : Rp. 35.000,-/orang
- c. Paket Batik 3
  - Fasilitas : makan siang, snack, peralatan membatik (pinjam pakai)
  - Biaya : Rp. 50.000,-/orang
  - Peserta diatas 25 orang
  - Hasil karya menjadi milik peserta membatik.

## 3. Promosi

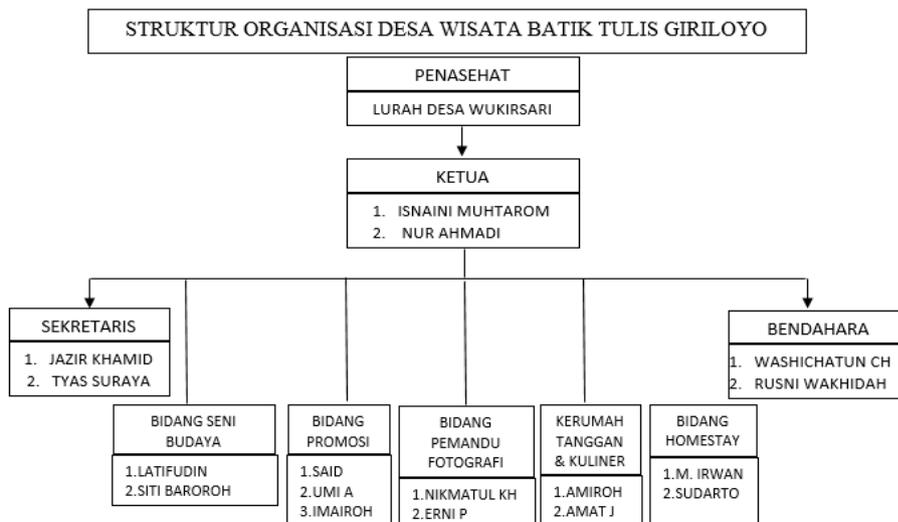
Promosi (*promotion*) merupakan bentuk komunikasi dengan pasar sasaran, melalui kegiatan misalnya iklan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, dan surat pemberitahuan langsung (Bungin, 2015: 106). Promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta dengan menggunakan media elektronik melalui *website* dan media cetak melalui brosur.

## 4. Saluran Distribusi/Tempat

*Place* atau saluran produk distribusi produk pariwisata merupakan suatu cara dalam penyampaian produk jasa dilakukan melalui perantara yang lokasinya dengan tempat tinggal wisatawan misalnya agen perjalanan, organisasi dan sekolah serta lainnya (Muljadi dan Warman, 2004: 107). Desa wisata Batik Tulis Giriloyo dalam bekerjasama pihak-pihak luar pengelola untuk memberitahukan informasi desa wisata yaitu kerjasama dengan agen perjalanan (*travel agent*).

## 5. Orang

Orang (*people*) adalah masyarakat secara umum yang berfungsi sebagai penyedia jasa pelayanan harus tersedia secara kuantitas dan berkualitas, sehingga orang yang terlibat dalam proses produksi memiliki jumlah yang memadai dan kemampuan yang professional.



Tabel 1. Struktur Organisasi Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta  
(Sumber: Data Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo)

## 6. Proses

Proses (*proces*) merupakan gabungan dari semua aktivitas yang menghasilkan produk jasa pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan (Muljadi dan Warman, 2004: 108). Pelayanan kegiatan Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta adalah mengenalkan, belajar batik secara singkat dan belanja batik tulis. Tujuan diadakannya program tersebut selain untuk memperkenalkan proses pembuatan batik tulis kepada wisatawan, kegiatan ini dapat dijadikan sebagai program rekreasi dan belajar.

## 7. Bukti Fisik

Bukti fisik (*physical evidance*) adalah lingkungan jasa yang didalamnya terdapat penyampaian dimana perusahaan dan pelanggan berinteraksi, dan banyak komoditas yang memfasilitasi kinerja atau mengkomunikasikan jasa tersebut, atau fasilitas fisik yang menyertainya (Abubakar, 2018: 100). Layanan yang diberikan pengelola Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta melalui fasilitas-fasilitas yang tersedia untuk wisatawan yaitu gazebo, *showroom*, *homestay*, kuliner, toilet, mushola, dapur, taman parkir, peralatan praktik membatik seperti kain, canting, lilin, kompor, wajan, dan kursi plastik.

### C. KESIMPULAN

Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta merupakan wisata budaya yang diresmikan pada Mei 2009, dengan keunggulannya yaitu batik tulis, selain itu desa wisata ini menawarkan paket wisata belajar membatik dan wisata belanja batik tulis Giriloyo.

Berdasarkan analisa data terhadap pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta melalui unsur bauran pemasaran atau *marketing mix* maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta yang meliputi 4P+3P yaitu produk, harga, promosi, saluran distribusi/tempat, orang, proses dan bukti fisik mempunyai pengaruh positif terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata tersebut.
2. Kedatangan wisatawan yang berkunjung untuk belajar batik, dan belanja batik dipengaruhi oleh faktor produk, harga, promosi, saluran distribusi, orang, proses dan bukti fisik.
3. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta yang diterapkan adalah mengunggulkan daya tarik batik tulis keturunan Kraton, suasana pedesaan, proses membatik, dan pewarnaan menggunakan dua teknik yaitu dengan cara alami dan kimia. Penetapan harga paket wisata yang relatif terjangkau, saluran distribusi melalui agen perjalanan, serta promosi melalui *website* dan media cetak seperti brosur.
4. Promosi yang diterapkan di Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta menggunakan strategi publikasi. Strategi tersebut memiliki dampak terhadap kedatangan jumlah wisatawan dalam kurun lima tahun mengalami peningkatan.
5. Fasilitas yang dimiliki oleh Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo Yogyakarta seperti gazebo atau pendopo belajar batik, *showroom/galeri*, *homestay* atau penginapan, kuliner/makanan, toilet, mushola, dapur dan peralatan yang digunakan untuk praktik membatik. Fasilitas-fasilitas ini difungsikan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Antara, Made dan I Nyoman Sukma Arida. 2015. *Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal*. Bali: Pustaka Larasan.
- Bagus, I Gusti Arjana, 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Efrita, Neni. 2015. *Strategi Komunikasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Sumatera Barat*: Imam Bonjol Press.
- Kemdikbud, pada Minggu, 14 Oktober 2018. *Analisis Kearifan Lokal Ditinjau Dari Keragaman Budaya*. Diakses dari publikasi.data.kemdikbud.go.id, pukul 18:55.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Muljadi, A.J. dan Andri Warman. 2004. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mulyani, Hesti. 2014. “Desain Batik Aksara Jawa Pada Pengrajin Batik Berkah Lestari Giriloyo, Wukirsari Bantul”. *Inotek* Vol.18.
- Munawaroh, Siti. 2000. *Peranan Kebudayaan Daerah dalam Perwujudan Masyarakat Industri Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan.
- Musman, Asti dan Ambar B. Arini. 2011. *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.

**Informan:**

1. Nama : Isnaini Mohtarom  
Pekerjaan/Jabatan : Ketua Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo,  
Imogiri, Bantul, Yogyakarta  
Asal : Karang Kulon, Wukirsari  
Usia : 45 tahun  
Jenis Kelamin : Laki-laki
  
2. Nama : Umi Anisa Fauziah  
Pekerjaan/Jabatan : Marketing Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo  
Imogiri, Bantul, Yogyakarta  
Asal : Kediri, Jawa Timur  
Usia : 32 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan
  
3. Nama : Umi Fitria  
Pekerjaan/Jabatan : Perwakilan Marketing Desa Wisata Batik  
Tulis  
Giriloyo, Imogiri, Bantul, Yogyakarta  
Asal : Giriloyo, Wukirsari  
Usia : 31 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan
  
4. Nama : Tyastiti  
Pekerjaan/Jabatan : Sekretaris Desa Wisata Batik Tulis Giriloyo,  
Imogiri, Bantul, Yogyakarta  
Asal : Giriloyo, Wukirsari  
Usia : 25 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan