

Implementasi *Corporate Social Responsibility* PLTU Jateng 2 Adipala Cilacap Pada Kelompok Batik Seloka

Taufik Hidayanto¹, Ayu Widyaningrum^{2*}, Galih Eka Purnomo³

^{1,2,3}PLN Indonesia Power Jawa Tengah 2 Adipala Power Generation Unit, Indonesia

Email: ¹taufik.hidayanto@plnindonesiapower.co.id, ²ayuwidyaningrum.aw@gmail.com,

³galihhekapurnomo24@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Data artikel:

Naskah masuk, 29 Juli 2023

Direvisi, 20 Agustus 2023

Diterima, 25 Agustus 2023

ABSTRAK

Abstract- Indonesian batik is very varied and unique, reflecting the diversity of culture and history of the Indonesian nation. Batik also has a symbolic meaning and is often used in special occasions, ceremonies and cultural celebrations. The Seloka Batik Group is a community group of local batik artisans in the operational area of PLN Indonesia Power Adipala PGU. As part of the local community, this batik group tries to maintain the cultural heritage of batik and develop their business in this field. The company PLN Indonesia Power Adipala PGU, as part of its social responsibility, can establish a partnership with the Seloka Batik Group to provide support and assistance in various forms through the Corporate Social Responsibility (CSR) program, which is a form of developing community skills and knowledge as a driver of regional economic development. The method of implementing this activity includes coordinating with activity partners, namely the Seloka Batik Group to find out the problems faced by partners, conducting training according to the needs of partners and evaluating training activities to find out the increase in partners' abilities after the training is held. Activities within the framework of the Community Development Program aim to develop and improve knowledge and skills in the Seloka Batik group carried out by the PLN Indonesia Power Adipala PGU Community Development Program Team. In this activity several activities have been carried out such as training on the use of batik dyes; pattern making training; digital marketing training; and eco-printing training. The results of this service show that the seloka batik group has more skills to make more diverse types of batik in the hope of making them more independent in increasing production so that they can improve the welfare of the people in Adipala District.

Kata Kunci:

Batik

Group Empowerment

Corporate Social Responsibility

PLTU

Abstrak- Batik Indonesia sangat bervariasi dan unik, mencerminkan keanekaragaman budaya dan sejarah bangsa Indonesia. Batik juga memiliki makna simbolis dan sering digunakan dalam acara-acara khusus, upacara, dan perayaan budaya. Kelompok Batik Seloka merupakan kelompok masyarakat pengrajin batik lokal yang berada di sekitar wilayah operasional PLN Indonesia Power Adipala PGU. Sebagai bagian dari masyarakat lokal, kelompok batik ini

berusaha mempertahankan warisan budaya batik dan mengembangkan usaha mereka di bidang ini. Perusahaan PLN Indonesia Power Adipala PGU, sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya, dapat menjalin kemitraan dengan Kelompok Batik Seloka untuk memberikan dukungan dan bantuan dalam berbagai bentuk melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan wujud pengembangan keterampilan dan pengetahuan masyarakat sebagai penggerak pembangunan ekonomi daerah. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini antara lain berkoordinasi dengan mitra kegiatan yaitu Kelompok Batik Seloka untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra, mengadakan pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra dan mengevaluasi kegiatan pelatihan untuk mengetahui peningkatan kemampuan mitra setelah diadakan pelatihan. Kegiatan dalam rangka *Program Community Development* ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pada kelompok Batik Seloka yang dilaksanakan oleh Tim *Program Community Development* PLN Indonesia Power Adipala PGU. Pada kegiatan ini telah dilakukan beberapa kegiatan seperti pelatihan penggunaan pewarna batik; pelatihan pembuatan motif; pelatihan *digital marketing*; dan pelatihan *eco-printing*. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kelompok batik seloka mempunyai ketrampilan lebih untuk membuat jenis batik lebih beragam dengan harapan dapat membuat lebih mandiri dalam meningkatkan hasil produksi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Adipala.

Korespondensi:

Ayu Widyaningrum

PLN Indonesia Power Jawa Tengah 2 Adipala Power Generation Unit

Desa Bunton, Kecamatan Adipala Cilacap, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53271

1. PENDAHULUAN

Budaya membatik awal mulanya hanya dikenal di lingkungan kerajaan Majapahit pada era penyebaran ajaran Islam di Pulau Jawa, namun saat ini budaya batik telah menyebar ke berbagai di Indonesia (Batikbedjo, 2022). Sejarah Batik di Indonesia, sangat berkaitan dengan perkembangan Kerajaan Majapahit pada era penyebaran ajaran Islam di Pulau Jawa (Nasriyati et al., 2021). Batik diambil dari kata “ambatik” yaitu kata “amba” yang berarti menulis dalam bahasa Jawa dan “tik” yang berarti kecil, tetesan, atau membuat titik. Jadi bati adalah menulis atau melukis titik. Menurut Hamzuri (1985) batik merupakan suatu cara memberi hiasan dengan cara menutupi bagian-bagian tertentu dengan menggunakan perintang (Handayani, 2018). Lebih lanjut Hamzuri (1985) mengatakan bahwa zat perintang yang sering digunakan dalam batik adalah lilin atau *malam* (Moerniwati, 2020) (Larasati, 2021).

Dalam khasanah kebudayaan Indonesia, Batik adalah satu bentuk seni kuno yang bermutu tinggi (Amaris Trixie, 2020). Menurut Kementerian Perindustrian permintaan batik mengalami permintaan dari tahun ke tahun, sampai dengan tahun 2021 jumlah Industri Kecil Menengah (IKM) Batik telah menyerap tenaga kerja sebanyak 200 ribu orang dari 47 ribu unit usaha yang tersebar di 101 sentra wilayah Indonesia. Selain itu, Batik telah berperan penting bagi perekonomian nasional dan berhasil menjadi

market leader pasar batik dunia dengan mencatat nilai ekspor pada tahun 2020 mencapai USD 532,7 (Kementerian Perindustrian, 2021)

Selain sebagai tanda perkembangan *fashion* dan ekonomi kerakyatan, pemerintah berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat industri masyarakat terhadap upaya perlindungan dan perkembangan batik di Indonesia melalui Keputusan Presiden Nomor 33 Tahun 2009 dengan menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional. Industri batik di Indonesia tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa yang kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti Batik Pekalongan, Batik Surakarta, Batik Yogya, Batik Lasem, Batik Cirebon, Batik Sragen dan lain-lain. Setiap Batik dari daerah tersebut memiliki motif atau corak yang berbeda atau memiliki ciri khas masing-masing.

Batik di Kabupaten Cilacap tidak terlepas dari sejarah pergerakan kemerdekaan, ketika Pangeran Diponegoro singgah di Banyumas termasuk Cilacap. Selama pergerakan kemerdekaan tersebut Batik digunakan sebagai media komunikasi dan koordinasi berupa sandi atau kode. Dari sejarah panjang Batik di Kabupaten Cilacap tersebut Batik Cilacap kurang familiar dibanding Batik dari daerah lain di Jawa Tengah. Secara umum Batik Cilacap terdapat dua macam batik yang di produksi sampai saat ini, yakni Batik Maos dan Batik Kutawaru dengan gaya khas motif yang berbeda (batikbedjo, 2022), namun geliat pertumbuhan Batik Khas Cilacap saat ini tersebar di berbagai titik Kecamatan seperti di Kecamatan Adipala, Kroya, Binangun, Nusawungu, Cilacap Tengah, Gandrungmagu, Majenang, Kampung Laut, Pattimuan dan Sidareja.

Di daerah Kecamatan Adipala, Desa Adipala terdapat kelompok pengerajin Batik yang bernama Kelompok Batik Seloka yang berjumlah 15 orang. Batik Seloka terbentuk sejak tahun 2017 dimana Batik Seloka memiliki ciri motif parang bata, sekar kantil dan parang Nusakambangan yang dipadukan bunga Wijayakusuma. Pada proses pembuatan Batik dari pencantingan, colet, fiksasi (pencucian warna) dan lorod (merupakan proses untuk menghilangkan malam dari kain dengan cara direbus) memakan waktu sampai dengan 1 bulan untuk memperoleh hasil yang maksimal. Proses pencantingan pada kelompok Batik Seloka dilakukan oleh 4 orang, colet dikerjakan 4 orang dan fiksasi dikerjakan 4 orang, sedangkan pada proses lorod dikerjakan oleh 3 orang.

Penjualan batik pertama kali terlaksana di bulan Agustus tahun 2018 dengan penjualan kain batik semi tulis yang dikombinasikan dengan corak/pola sablon sebanyak 72 lembar kain ukuran 1,5x2 m. Seiring dengan berjalannya waktu, Batik Seloka mampu memproduksi batik tulis mulai dari menentukan kain hingga pewarnaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada bulan Juli tahun 2018 sampai dengan Desember tahun 2022. Permasalahan yang dihadapi oleh Pengerajin Batik Seloka adalah kapasitas produksi yang cenderung sedikit serta variasi motif kurang bervariasi, dan aspek pemasaran serta penjualan yang masih belum optimal.

Menurut Susanto (2008) konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap aktivitas perusahaan dilingkungan sekitar. CSR memiliki tiga bentuk program yaitu *charity*, *philanthropy*, dan *citizenship*. Lebih lanjut Saidi & Abidin (2004) menjelaskan tiga bentuk CSR, yakni: *Corporate charity* merupakan dorongan amal berdasarkan motivasi kegamaan; *Corporate philanthropy* merupakan dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial; dan *Corporate citizenship* adalah motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial. Pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, dimana dalam pasal 74 ayat (4) telah ditetapkan peraturan pemerintah tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan pada Perseroan Terbatas.

PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU adalah pembangkit listrik PPDE 1 yang terakhir dibangun di Pulau Jawa di kelola (O&M) oleh PT. Indonesia Power kapasitas 1 x 660 MW. Sebagai perusahaan yang memiliki kewajiban untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibilities* (CSR), PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU memiliki kewajiban dalam

menjaga dampak sosial dari aktivitas perusahaan atau. Untuk itu, melalui *Program Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU berperan aktif dalam menjaga dampak sosial ekonomi terutama dalam radius Ring 1 (1-2 km) dalam melakukan pendampingan kepada kelompok masyarakat Batik Seloka di Desa Adipala, Kecamatan Adipala sebagai bentuk *Corporate citizenship* dalam program CSR.

2. METODE PELAKSANAAN

Peran PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan Industri Kreatif Batik, merupakan wujud pengembangan keterampilan dan pengetahuan masyarakat sebagai penggerak pembangunan ekonomi daerah. Dengan mengembangkan produk-produk lokal (khususnya industri kreatif) yang terdapat di daerah akan berdampak pada daya saing Daerah (Safitri et al., 2022). Selain itu, dengan adanya pengembangan industri kecil di daerah akan memperkenalkan produk unggulan daerah ke pasar nasional maupun internasional (Pudjiarti & Swastuti, 2022). Dalam melaksanakan pengembangan keterampilan dan pengetahuan pada Kelompok Batik Seloka yang dilaksanakan oleh Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU, memiliki model *business plan* yang didasarkan atas kebutuhan mitra binaan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU. Waktu kegiatan pengabdian masyarakat ini pada bulan Juli 2018 sampai dengan bulan Desember 2022. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini antara lain:

A. Koordinasi Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU

Koordinasi dilakukan agar Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU dapat mempersiapkan hal-hal teknis terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tugas tim dalam koordinasi ini adalah menyiapkan segala keperluan terkait hal teknis seperti:

- 1) Survei kepada mitra Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU
- 2) Pembagian tugas masing-masing anggota tim
- 3) Koordinasi dengan mitra, salah satu mitra Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU yaitu Kelompok Batik Seloka

B. Pelatihan Kelompok Batik Seloka

Tahap ini adalah tahap pemberian pelatihan kepada Kelompok Batik Seloka sebagai salah satu mitra dari Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU.

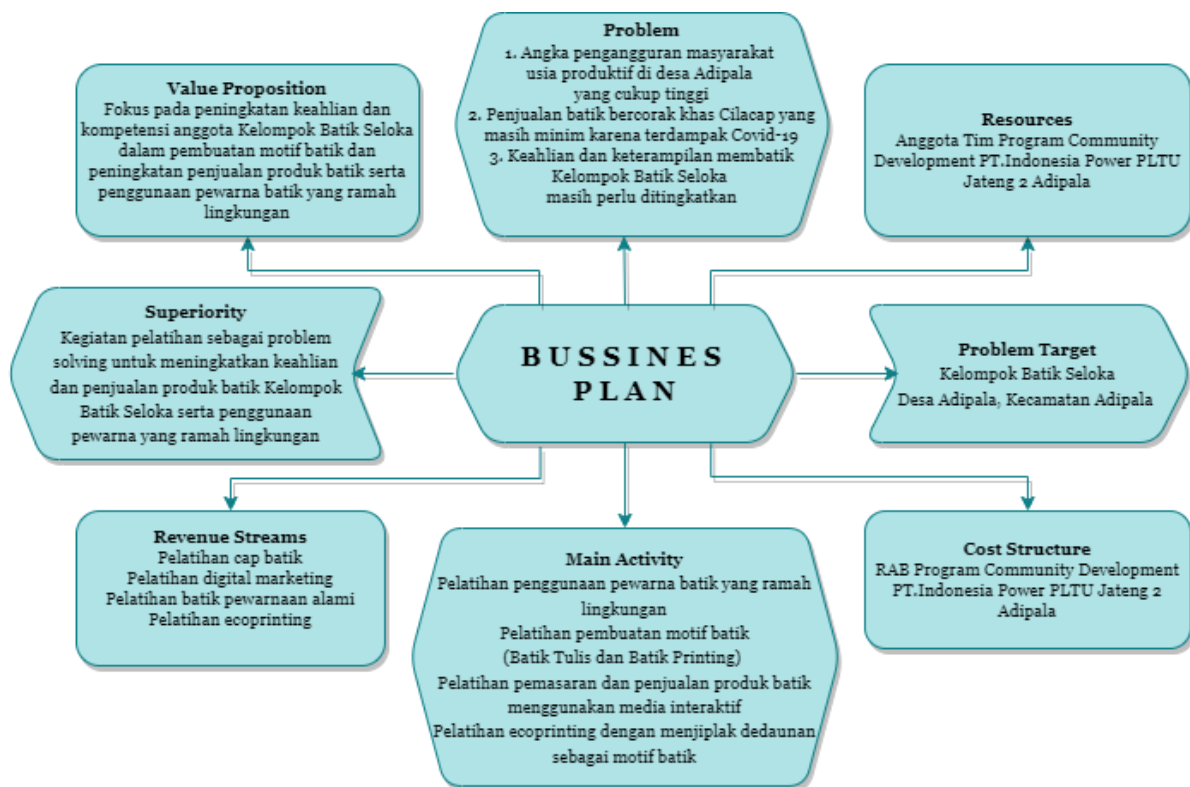
- 1) Pelatihan penggunaan pewarna batik yang ramah lingkungan
- 2) Pelatihan pembuatan motif batik baik batik tulis maupun batik printing
- 3) Pelatihan digital marketing untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan produk batik dari Kelompok Batik Seloka
- 4) Pelatihan *eco-printing* menggunakan media dedaunan dan bunga dengan cara menjiplak, untuk menghemat biaya produksi

C. Evaluasi Pelatihan

Evaluasi terhadap kegiatan pelatihan yang telah dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat kepada mitra, yaitu Kelompok Batik Seloka. Evaluasi terhadap hasil dari kegiatan yang telah dilakukan untuk mengetahui peningkatan kompetensi dari mitra kegiatan dan sebagai bahan masukan bagi Tim Program *Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU untuk meningkatkan kinerja program.

D. Kendala yang Dihadapi Mitra

Produksi batik tulis membutuhkan waktu hingga satu bulan untuk satu lembar kain batik, tergantung dengan banyaknya corak yang harus dibatik. Dengan lamanya proses membatik sampai dengan selesai, membuat harga batik tulis cukup tinggi. Hal ini terkadang menjadi permasalahan bagi pembeli dan Kelompok Batik Seloka. Bagi pembeli harga yang tinggi menjadi pertimbangan untuk membeli kembali batik, sedangkan bagi pengrajin kesulitan dalam menentukan harga jual yang sesuai baik dengan proses penjualan maupun minat pembeli.



Gambar 1. Business Plan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelatihan Penggunaan Pewarna Batik

Dalam rangka mengembangkan kreatifitas dan produksi salah satu pengrajin batik binaan CSR *Program Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU sejumlah personil dari Batik Seloka Desa Adipala disponsori oleh *Program Community Development* PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU melaksanakan pelatihan batik pewarnaan alami di salah satu pengrajin batik yang terkenal di daerah Semarang dengan penggunaan pewarnaan alami dalam proses pembuatannya yakni Batik Zie yang merupakan Binaan PT Indonesia Power UP Semarang. Pengrajin yang berhasil menggandeng beberapa petani mangrove di sekitar wilayahnya untuk ikut

berpartisipasi dalam proses pembuatan batiknya tersebut mengajak sejumlah petani untuk menanam tanaman yang nantinya akan digunakan sebagai bahan dasar untuk proses pembuatan batik itu sendiri. Beberapa tanaman yang menjadi bahan dasar pewarna alami yang digunakan untuk membatik antara lain berasal dari buah mangrove kulit manggis, tanaman indigo, kulit pohon jati dan lain lain.

Pelatihan batik yang berlangsung di galeri Batik Zie dan dilaksanakan selama empat hari terhitung sejak 27 - 30 Mei 2019. Beberapa materi yang disampaikan dalam pelatihan tersebut antara lain adalah metode presentasi mengenai pengenalan materi seni membatik dengan pewarnaan alami, pengantar dasar-dasar seni batik menggunakan pewarnaan alami, pengenalan alat dan teknik pembuatan seni batik pewarnaan alami. Metode demonstrasi mengenai pembuatan desain, teknik pencantingan sesuai desain menggunakan pewarnaan alami, teknik pewarnaan dan pelorodan dibawah bimbingan tim pengabdi.

Dampak diberikannya pelatihan tersebut kepada penggiat Batik Seloka dan Batik Praja desa Adipala diharapkan akan mampu menambah wawasan baru serta mengembangkan kreatifitas pengrajin dalam dunia seni batik sehingga pengrajin akan semakin mampu bersaing dalam dunia bisnis batik khususnya di Desa Adipala Kabupaten Cilacap. Dokumentasi kegiatan pelatihan penggunaan pewarna batik ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. Kegiatan Pewarnaan Kain Batik Menggunakan Pewarna Batik Ramah Lingkungan

B. Pelatihan Pembuatan Motif

Pelatihan membatik dengan teknik cap diperlukan oleh anggota Kelompok Batik Seloka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan kelompok untuk dapat menguasai teknik batik cap. Pertama adalah efisiensi waktu yang diperlukan untuk memproduksi kain batik dapat dipangkas hingga 75% dibandingkan dengan Teknik membatik tulis. Kedua, peminat batik cap cenderung lebih banyak daripada batik tulis, hal ini disebabkan karena batik cap memiliki harga yang lebih murah daripada kain batik tulis. Ketiga, perlunya pelatihan ini agar para pengrajin batik memiliki kemampuan yang cukup untuk membuat kain batik menjadi lebih memikat pembeli. Dokumentasi kegiatan pelatihan pembuatan batik cap ditunjukkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Produksi Batik Cap

C. Pelatihan *Digital Marketing*

Pelatihan *marketplace* untuk mitra binaan Program Kampung Batik Adipala merupakan kegiatan untuk meningkatkan *skill* para pengrajin batik dalam mengelola penjualan melalui pasar digital. Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, masyarakat semakin beralih pada pasar *online*. Hal tersebut yang menjadi landasan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran *online* yang berkaitan dengan membaca peluang bisnis, membuat narasi yang menarik, dan lain sebagainya. Dokumentasi kegiatan pelatihan digital marketing ditunjukkan pada gambar dibawah ini:

D. Pelatihan *Eco-printing*

Pelatihan *eco-printing* sebagai bentuk inovasi dalam kerajinan membatik. *Eco-printing* merupakan teknik membatik dengan menjiplak dedaunan atau bunga yang kemudian direbus seperti proses membatik pada umumnya. Teknik ini menggunakan lebih sedikit alat dan bahan dibandingkan dengan teknik membatik tulis maupun cap, sehingga modal produksi dapat berkurang dengan, teknik ini tentunya juga lebih ramah lingkungan.



Gambar 6. Contoh Produk Batik *Eco-printing*

E. Capaian Program

Program pendampingan Kelompok Batik Seloka memberikan pengaruh positif terhadap keberlangsungan para pengrajin batik di Desa Adipala. Anggota kelompok mulai memproduksi kembali kain batik dan mengalami peningkatan penjualan. Tahun 2022, beberapa kegiatan telah dicapai oleh Kelompok Batik Seloka, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Program pendampingan Kelompok Batik Seloka

Tahapan Program	Hasil Program	Dampak Program
Pelatihan Penggunaan Pewarna Batik	Pengrajin dapat membuat desain, teknik pencantingan menggunakan pewarnaan alami, teknik pewarnaan dan pelorodan	mampu menambah wawasan baru serta mengembangkan kreatifitas pengrajin dalam dunia seni batik
Pelatihan Pembuatan Motif	Pengrajin batik memiliki kemampuan yang cukup untuk membuat kain batik menjadi lebih memikat pembeli.	Pengrajin lebih memangkas waktu produksi sehingga dapat menghasilkan lebih banyak batik
Pelatihan Digital Marketing	Pelatihan pembuatan <i>website</i> dan media sosial Melakukan <i>posting</i> produk batik pada <i>website</i> dan media sosial (Instagram)	Meningkatkan promosi dengan mengandalkan media sosial sehingga produk dapat lebih dikenal, semakin banyak dalam mendapatkan pesanan
Pelatihan <i>Eco-printing</i>	Pengrajin lebih bervariasi dalam Teknik membatik, lebih memangkas waktu	Lebih banyak variasi jenis batik sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan dan dapat mengikuti trend batik

Pada tahun 2020 terdapat pengembangan jenis batik baru dari hasil pelatihan yaitu batik kombinasi dan batik print, dimana jenis batik kombinasi ini terjual 34 dan batik print 185. Jenis batik yang sebelumnya sudah ada yaitu batik tulis terjual 42 dan batik cap 4864. Batik tulis ini mengalami penurunan 75,5%, sedangkan batik cap mengalami peningkatan sangat drastis hingga 2216.19%. Pada tahun 2021 penjualan batik tulis mengalami penurunan sebesar 59,52% atau hanya berjumlah 17 buah, jenis batik cap juga mengalami penurunan 97,95% hal tersebut disebabkan karena pada tahun 2020 terdapat pesanan dari PT IP sejumlah 4731, sedangkan jenis batik kombinasi mengalami peningkatan penjualan 814,71% dan jenis batik print mengalami peningkatan sebesar 32,43%. Data penjualan tersebut ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Data Penjualan 2019-2022 Berdasarkan Jenis Batik

No	Tahun	Jenis Batik			
		Tulis	Cap	Kombinasi	Print
1	2019	172	210	0	0
2	2020	42	4864	34	185
3	2021	17	100	311	245

Sumber: Kelompok Batik Seloka, 2022

4. KESIMPULAN

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa PLN Indonesia Power Jateng 2 Adipala PGU menerapkan CSR guna meningkatkan kemandirian masyarakat dengan melalui pelatihan yang diberikan khususnya Kelompok Batik Seloka. Semua kegiatan pelatihan yang dilakukan memberikan dampak positif bagi Kelompok Batik seloka seperti pelatihan pembuatan motif batik baik motif batik *printing*, *eco printing* ataupun motif batik yang lainnya. Kelompok ini sudah terbukti mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan bervariasi, hal ini berdampak pada meningkatnya penjualan produknya. Kegiatan mengenalkan teknologi dan *digital marketing* berdampak pada cara memasarkan produk batik mereka secara lebih efektif dan efisien. Dampak positif juga didapat dari kegiatan pelatihan penggunaan pewarna batik yang alami/ramah lingkungan karena limbah hasil pewarnaan batik tidak lagi mencemari lingkungan. Dampak tersebut terlihat dengan meningkatnya hasil pemasaran dan penjualan batik dari hasil pelatihan *digital marketing* yang membuat penjualan batik produksi Kelompok Batik seloka mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Ini membuka peluang pasar yang lebih luas untuk produk Kelompok Batik Seloka. Namun, terdapat beberapa saran untuk program CSR selanjutnya yaitu dengan memperhatikan kebutuhan prioritas, menciptakan program dengan keunggulan khusus, dan melakukan evaluasi yang baik, program-program CSR dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dan berkelanjutan bagi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaris Trixie, A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Journal of Design and Creative Industry*, 1(1), 1–9. <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380/1148>
- batikbedjo. (2022). *Yuk Kenalan Dengan Batik Cilacap, Awal Mula Sampai Motifnya*. <https://Rumahbatikbedjo.Com/2022/10/13/Batik-Cilacap>.
<https://rumahbatikbedjo.com/2022/10/13/batik-cilacap>
- Carey, P. (2012). *Asal Usul Perang Jawa; Pemberontakan Sepoy & Lukisan Raden Saleh*. LKIS PELANGI AKSARA.
- Handayani, W. (2018). Bentuk, Makna Dan Fungsi Seni Kerajinan Batik Cirebon. *Jurnal ATRAT*, 6(1), 58–71.
- Iskandar, I., & Kustiyah, E. (2017). Batik Sebagai Identitas Kultural Bangsa Indonesia. *Jurnal GEMA*, 52(Agustus), 2456–2472.
- Kementerian Perindustrian. (2021). *Serap 200 Ribu Tenaga Kerja, Ekspor Industri Batik Tembus USD 533 Juta*. <https://Kemenperin.Go.Id/>. <https://kemenperin.go.id/artikel/22830/Serap-200-Ribu-Tenaga-Kerja,-Ekspor-Industri-Batik-Tembus-USD-533-Juta>
- Larasati, M. (2021). Pelestarian Budaya Batik Nusantara Sebagai Identitas Kultural Melalui Pameran Di Museum Batik Pekalongan Pada Masa Covid-19. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 46–50. <http://jurnal.unpad.ac.id/tornare/article/view/29849>
- Moerniwati, E. D. A. (2020). STUDI BATIK TULIS (Kasus di Perusahaan Batik Ismoyo Dukuh Butuh Desa Gedongan Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen). *Art Educare*, 1(1), 1–14.
- Nasriyati, F., Ayu, R., Khanifa, N., Choldun, I., Wibowo, H., Humaedi, S., Fuel, P., Tuban, T., Timur, J., Studi, P., Sosial, K., Jenu, K., & Bisnis, M. (2021). Analisa Model Bisnis Industri Batik Dengan Kekuatan Kearifan Lokal Program CSR PT Pertamina Fuel Tuban. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 339–352.
- Nurainun, Rasyimah, & Heriyana. (2008). Analisis Industri Batik Di Indonesia Oleh: Nurainun, Heriyana dan Rasyimah Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Banda Aceh. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 124–135.

- Permana R., BakhtiarA., & AbsorN. F. (2023). Implementasi Pembelajaran Sejarah Berbasis Sumber Ajar Batik Tangerang (Studi Kasus: SMAN 3 Kabupaten Tangerang). *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan, Dan Humaniora*, 7(1), 160-169. <https://doi.org/10.36526/santhet.v7i2.2644>
- Prasetyo, A., & Singgih, S. (2016). Karakteristik Motif Batik Kendal Interpretasi dari Wilayah dan Letak Geografis. *Jurnal Imajinasi Seni*, X(1), 51–60. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8816>
- Pudjiarti, E. S., & Swastuti, E. (2022). Pengembangan Industri Kecil Menengah IKM Bisnis Inovatif Kota Surakarta. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(2), 208–220. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5658>
- Safitri, D., Azhar, H., Saragih, L., Parinduri, T., & Sinaga, M. H. (2022). *Pendampingan Pembuatan Instagram Dalam Pemasaran Produk Lokal Desa Bahal Gajah, Kab. Simalungun. Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 614. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.8221>
- Saidi, Z. & Abidin, H., 2004. Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kesemawan Sosial di Indonesia. In: Jakarta: Piramedia, p. 69.
- Susanto, A., 2009. *Reputation-Driven: Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Yulfahni Yusra, R., & Iskandar, R. (2023). *Perancangan Film Dokumenter Batik Tanah Liek Kabupaten Dhamasraya Sebagai Media Promosi*. *Iam-Indonesia*, 1(2), 156–162. Retrieved from <http://iam-indonesia.org/index.php/dkv/article/view/22>