

## **PERKEMBANGAN MOTIF DAN STRATEGI PEMASARAN BATIK PECEL MADIUN DI GALERI BATIK MURNI PADA TAHUN 2011-2025**

**Alifiah Candra Kusumaningtyas<sup>1\*</sup>, Esa Putra Bayu Gusti Gineung Patridina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya

<sup>2</sup> S-1 Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya

\*Corresponding Email : [alifiah.22141@mhs.unesa.ac.id](mailto:alifiah.22141@mhs.unesa.ac.id), [esapatridina@unesa.ac.id](mailto:esapatridina@unesa.ac.id)

**Abstrak:** Batik Pecel Madiun merupakan salah satu bentuk inovasi budaya lokal yang memadukan unsur kuliner khas daerah dengan seni batik sebagai identitas Kota Madiun. Batik ini relative baru dan mulai berkembang sejak tahun 2011 di bawah pengelolaan Galeri Batik Murni Madiun. Seiring perkembangan zaman dan persaingan industri batik modern, Batik Pecel Madiun mengalami dinamika baik dalam pengembangan motif maupun strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penciptaan dan perkembangan motif Batik Pecel Madiun pada periode 2011-2025 serta mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan oleh Galeri Batik Murni dalam memperkenalkan dan mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah dengan tahapan heuristik, kritik sumber, interpretasi, dan historiografi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian sejarah kebudayaan dan ekonomi kreatif lokal serta menjadi referensi bagi pengrajin, pelaku UMKM, dan pemerintah daerah dalam pengembangan batik sebagai warisan budaya dan produk unggulan daerah.

**Kata Kunci:** Batik Pecel Madiun, perkembangan motif, strategi pemasaran

**Abstract:** *Batik Pecel Madiun is a form of local cultural innovation that integrates traditional culinary elements with batik art as a cultural identity of Madiun City. This type of batik is relatively recent and began to develop in 2011 under the management of Galeri Batik Murni Madiun. Along with social and economic changes and increasing competition with the modern batik industry, Batik Pecel Madiun has experienced dynamic development of Batik Pecel Madiun motifs during the periode 2011-2025 and to examine the marketing strategies implemented by Galeri Batik Murni in introducing and maintaining the existence of Batik Pecel Madiun.. This research employs the historical research method, which includes heuristics, source criticism, interpretation, and historiography. The findings of this study are expected to contribute to the field of local cultural history and creative economy studies, as well as to serve as a reference for artisans, small and medium enterprises, and local governments in developing batik as both a cultural heritage and competitive regional product.*

**Keyword :** *Batik Pecel Madiun, motif development, marketing strategies*

### **PENDAHULUAN**

Batik di Indonesia merupakan suatu keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang oleh UNESCO ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-Bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak tanggal 2 Oktober 2009.<sup>1</sup> Oleh karena itu ditetapkan pula pada tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional di Indonesia. Pada peringatan Hari Batik Nasional tersebut mewajibkan seluruh instansi pemerintahan untuk mengenakan batik yang menjadikan identitas di masing-masing daerah, sehingga setiap daerah pada era ini berlomba-lomba untuk menciptakan dan menonjolkan kekhasan motif batik di daerah tersebut.

Salah satu batik daerah yang memiliki keunikan ialah batik Pecel Madiun yang terdapat di Kota Madiun, Jawa Timur. Galeri Batik Pecel Madiun tersebut beralamat di Jl. Halmahera No.21 Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. Motif yang dihasilkan Batik Pecel ini terinspirasi dari makanan khas Kota Madiun yaitu Pecel. Pecel yang terdiri dari berbagai isi sayuran berupa daun papaya, daun ketela, cabai, kembang turi, kacang panjang, dan bagian lain dipadupadankan menjadi motif batik pecel tersebut.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Asti Musman dan Ambar B.Arini, op.cit., hlm.1

<sup>2</sup> Mengenal Batik Pecel Khas Madiun, "Kota Madiun Update, 5 Oktober 2023, diakses pada 18 Oktober 2025 pukul 11.30, <https://kotamadiunupdate.blogspot.com/2023/10/mengenal-batikpecel-khas-madiun.html>

Penelitian mengenai Batik Pecel Madiun memiliki nilai penting dan urgensi tinggi karena berkaitan langsung dengan upaya pelestarian budaya lokal sekaligus penguatan identitas daerah Madiun sebagai salah satu pusat kreativitas masyarakat Jawa Timur. Batik Pecel Madiun merupakan inovasi khas yang memadukan unsur kuliner tradisional yaitu pecel, dengan seni rupa batik yang memiliki nilai estetika dan filosofis mendalam. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat tergali secara komprehensif proses penciptaan dan pengembangan motif Batik Pecel Madiun sejak awal kemunculannya, sehingga keberadaan batik ini dapat terdokumentasi dengan baik.

Urgensi penelitian ini semakin tampak karena Batik Pecel Madiun merupakan hasil kreasi yang relatif baru sehingga kajian ilmiah terkait sejarah kemunculan, inovasi motif, dan dinamika pengembangannya masih sangat terbatas. Padahal dokumentasi dan analisis terhadap proses kreatif tersebut penting untuk memastikan kesinambungan transisi batik lokal serta untuk memperkaya khazanah batik nasional dengan identitas khas Madiun.

Selain itu, penelitian ini juga penting dari sisi praktis, terutama dalam menjawab strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah industri Galeri Batik Murni Madiun sebagai pelaku utama dalam memperkenalkan Batik Pecel Madiun kepada masyarakat luas. Kajian terhadap strategi promosi dan pengembangan pasar ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi pelestarian budaya, tetapi juga mendukung penguatan sektor ekonomi kreatif berbasis budaya lokal.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah. Yang memiliki empat tahapan, sebagaimana yang dikatakan Dudung Abdurahman bahwa tahapan penelitian sejarah ialah heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi.<sup>3</sup> Heuristik adalah proses mencari sumber-sumber sejarah.<sup>4</sup> Sumber-sumber yang diperoleh yaitu melalui wawancara terstruktur dengan pihak terkait pada Galeri Batik Murni di Kota Madiun. Pihak-pihak tersebut diantaranya pendiri Galeri Batik Murni sekaligus pencipta Batik Pecel (Ibu Sri Murniati), serta karyawan di Galeri Batik Murni (Mbak Lisa). Selain itu penulis menelusuri sumber lain berupa dokumen, koran, buku yang berhubungan dengan tema pembahasan. Sumber koran dan dokumen digunakan untuk melengkapi sumber penelitian yang ditulis. Salah satu koran tersebut yaitu Jawa Pos Radar Madiun.

Tahap selanjutnya yaitu verifikasi dan kritik sumber. Pada tahap ini peneliti melakukan dua bentuk kritik, yaitu kritik intern dan kritik ekstern. Dalam tahapan kritik intern, peneliti melakukan pengumpulan sumber. Lalu pada tahapan kritik ekstern peneliti melakukan pengujian keabsahan sumber primer berupa wawancara terhadap narasumber dan observasi langsung ke Galeri Batik Murni Kota Madiun serta penelitian-penelitian tentang batik. Sedangkan untuk sumber sekunder berupa buku-buku tentang batik. Kemudian peneliti membandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya guna mencari persamaan dan kesinambungan fakta, sehingga sumber-sumber yang diperoleh saling melengkapi.

Tahap selanjutnya yaitu Interpretasi. Dalam penelitian ini akan didapatkan beberapa sumber atau data mengenai latar belakang perkembangan Batik Pecel di Kota Madiun pada tahun 2011-2025 serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh rumah industri Galeri Batik Murni Madiun. Tahap terakhir yaitu Historiografi. Di tahapan terakhir ini merupakan tahapan yang dilakukan oleh penulis dengan teliti dan hati-hati agar penelitian lebih terarah.<sup>5</sup> Penulisan disusun secara sistematis mulai dari latar belakang, perumusan masalah, kajian pustaka,

<sup>3</sup> Dudung Abdurahman, *Metode Penelitian Sejarah* (Jakarta Logos Wacana Ilmu, 1999), hlm.55

<sup>4</sup> Aminuddin Kasdi, *Memahami Sejarah* (Surabaya : Unesa University Press 2005) hlm. 10

<sup>5</sup> A. Daliman, *Metode Penelitian Sejarah* (Yogyakarta : Ombak, 2010), hlm.27

metode penelitian, hingga analisis temuan. Dalam bagian historiografi ini, peneliti menyajikan narasi sejarah mengenai perkembangan Batik Pecel Madiun beserta nilai filosofisnya, sehingga dapat dipahami sebagai bagian dari identitas lokal Kota Madiun di era modern.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Latar Sosial Budaya Kota Madiun sebagai Basis Lahirnya Batik Pecel

#### 1. Letak Geografis dan Kondisi Wilayah Kota Madiun

Kota Madiun merupakan salah satu wilayah administrasi berbentuk kota yang terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur. Keberadaan Kota Madiun memiliki posisi yang strategis karena berada pada jalur utama perlintasan antarprovinsi yang menghubungkan wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Khususnya menghubungkan Kota Madiun dengan kota-kota besar lainnya yaitu Yogyakarta, Jakarta lewat Ngawi, Tawangmangu/Surabaya lewat Magetan, Pacitan-Trenggalek lewat Ponorogo serta jalur Kereta Api Lintas Pulau Jawa Bagian Selatan yang menghubungkan Surabaya-Jakarta lewat Purwokerto dan Surabaya-Bandung. Secara astronomis, Kota Madiun terletak pada koordinat sekitar  $7^{\circ}$ - $8^{\circ}$  Lintang Selatan atau sepanjang 7,5 km bentang arah ke selatan dan  $111^{\circ}$ - $112^{\circ}$  Bujur Timur atau sepanjang 6 km bentang arah barat timur, yang menempatkannya pada kawasan dataran rendah dengan kondisi geografis relative stabil.<sup>6</sup> Posisi geografis ini menjadikan Kota Madiun berkembang sebagai kota transit, perdagangan, serta pusat aktivitas jasa sejak masa kolonial hingga era modern.

Secara administratif, Kota Madiun berbatasan langsung dengan Kabupaten Madiun di seluruh sisi wilayahnya, tanpa berbatasan dengan kota atau kabupaten lain.

Kota Madiun berbatasan dengan wilayah-wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara Kecamatan Madiun
- b. Sebelah Timur Kecamatan Wungu
- c. Sebelah Selatan Kecamatan Geger
- d. Sebelah Barat Kecamatan Jiwan

Gambar 2.1 Peta Kota Madiun



Sumber : Internet

Luas wilayah Kota Madiun tercatat sekitar 33,23 km<sup>2</sup>, menjadikannya salah satu kota dengan wilayah terkecil di Provinsi Jawa Timur.<sup>7</sup> Wilayah tersebut terbagi ke dalam tiga kecamatan, yakni Kecamatan Taman, Kecamatan Manguharjo, dan Kecamatan Kartoharjo, yang masing-masing memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda namun saling terintegrasi dalam sistem perkotaan.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Badan Pusat Statistik Kota Madiun, *Kota Madiun dalam Angka*, Madiun : BPS, 2023

<sup>7</sup> Badan Pusat Statistik Kota Madiun, 2024

<sup>8</sup> Ibid

Tabel 2.1 Pembagian Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Kota Madiun Tahun 2024

Kecamatan	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk (jiwa)
Taman	12,46	85.441
Manguharjo	10,04	60.337
Kartoharjo	10,73	55.955
<b>Total</b>	<b>33,23</b>	<b>201.733</b>

Sumber Badan Pusat Statistik Kota Madiun 2024

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik diketahui luas wilayah Kota Madiun tahun 2024 yaitu 33,23 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sebanyak 201.733 jiwa. Dengan rincian penduduk jumlah laki-laki sebanyak 99.077 jiwa dan perempuan sebanyak 102.656 jiwa. Kota Madiun terbagi menjadi 27 kelurahan dengan 9 kelurahan per kecamatan. Jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Taman sebanyak 85.441 jiwa sedangkan jumlah penduduk terendah adalah Kecamatan Kartoharjo sebanyak 55.955 jiwa. Bertambahnya jumlah penduduk yang terjadi di Kota Madiun jumlah angka kelahiran mengalami peningkatan dibandingkan dengan jumlah angka kematian setiap tahunnya.

Kota Madiun beriklim tropis dengan dua musim utama, yaitu musim hujan dan musim kemarau. Curah hujan tertinggi umumnya terjadi pada periode November hingga Maret, sedangkan musim kemarau berlangsung antara April hingga Oktober. Iklim ini sangat memengaruhi aktivitas ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat, terutama dalam sektor pertanian di wilayah penyangga Kota Madiun. Meskipun Kota Madiun sendiri telah berkembang sebagai Kawasan perkotaan, keterkaitannya dengan wilayah agraris di sekitarnya masih sangat kuat.<sup>9</sup>

Kondisi geografis dan iklim yang mendukung menjadikan wilayah Madiun sejak lama dikenal sebagai daerah penghasil bahan pangan. Sayur-mayur seperti bayam, kangkong, kacang panjang, tauge, dan daun kenikir mudah ditemukan dan menjadi bagian dari konsumsi harian masyarakat. Ketersediaan bahan pangan lokal tersebut tidak hanya menunjang ketahanan pangan, tetapi juga berperan penting dalam pembentukan budaya kuliner masyarakat Kota Madiun. Salah satu bentuk konkret dari hubungan antara kondisi geografis dan budaya kuliner ini adalah berkembangnya pecel sebagai makanan khas daerah Kota Madiun.<sup>10</sup>

Dengan demikian, letak geografis dan kondisi wilayah Kota Madiun tidak hanya memengaruhi perkembangan fisik dan ekonomi kota, tetapi juga membentuk karakter sosial dan budaya masyarakatnya. Kondisi geografis yang strategis, iklim tropis, serta keterkaitan dengan wilayah agraris menjadi faktor fundamental dalam muncul dan bertahannya kuliner tradisional seperti pecel sebagai bagian dari identitas daerah Kota Madiun.

## 2. Kuliner Khas Pecel sebagai Identitas Daerah

Pecel merupakan salah satu kuliner tradisional yang memiliki kedudukan penting dalam kehidupan masyarakat Kota Madiun. Makanan ini terdiri dari aneka sayuran rebus yang disiram dengan sambal kacang khas, kemudian disajikan bersama nasi dan lauk pelengkap seperti tempe, tahu, telur, atau rempeyek. Keunikan pecel Madiun terletak pada racikan sambal kacangnya yang memiliki cita rasa kuat, dengan perpaduan gurih, pedas, dan aroma khas daun

<sup>9</sup> Sari, D.P., "Kondisi Iklim dan Aktivitas Sosial Ekonomi di Jawa Timur," *Jurnal Geografi Humaniora*, Vol. 9, No. 1, 2020

<sup>10</sup> Prasetyo, A., *Dinamika Perkembangan Kota Madiun sebagai Kota Jasa*, Skripsi, Universitas Negeri Malang, 2019

jeruk purut serta kencur.<sup>11</sup> Perbedaan cita rasa inilah yang membedakan pecel Madiun dengan pecel dari daerah lain di Jawa.

Secara historis, pecel berkembang sebagai makanan rakyat yang erat kaitannya dengan pola hidup agraris masyarakat Jawa. Di wilayah Madiun, pecel telah dikenal sejak lama sebagai makanan yang praktis, bergizi, dan mudah disiapkan dengan bahan-bahan yang tersedia di lingkungan sekitar. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa tradisi konsumsi pecel di Madiun telah berlangsung sejak masa kolonial, terutama di kalangan masyarakat pedesaan dan pekerja perkotaan.<sup>12</sup> Pecel kemudian berkembang menjadi makanan yang dikonsumsi lintas kelas sosial dari masyarakat biasa hingga kalangan pejabat daerah.

Dalam konteks budaya, pecel tidak hanya berfungsi sebagai makanan, tetapi juga sebagai simbol kebersamaan dan kesederhanaan. Proses penyajian pecel yang relative sederhana mencerminkan nilai-nilai hidup masyarakat Jawa yang menjunjung tinggi prinsip kesahajaan dan keharmonisan. Konsumsi pecel dalam berbagai kegiatan sosial, seperti pertemuan keluarga, kerja bakti, dan acara adat, menunjukkan bahwa kuliner ini memiliki makna sosial yang mendalam.<sup>13</sup>

Seiring dengan perkembangan Kota Madiun sebagai kota jasa dan perdagangan, pecel mengalami transformasi dari makanan tradisional rumahan menjadi komoditas ekonomi. Munculnya warung pecel, rumah makan khas pecel, hingga industri rumahan sambal pecel kemasan menjadi bukti bahwa pecel telah menjadi bagian dari ekonomi kreatif daerah. Pemerintah Kota Madiun secara aktif mempromosikan pecel sebagai ikon daerah melalui berbagai kebijakan, festival kuliner, serta penataan kawasan wisata berbasis kuliner.<sup>14</sup>

Pecel juga sebagai penanda identitas daerah Kota Madiun ditingkat regional maupun nasional. Penyebutan Kota Madiun sering kali diasosiasikan dengan sebutan “Kota Pecel”, yang menunjukkan kuatnya citra kuliner ini dalam representasi identitas kota. Keberadaan monumen, taman tematik, dan berbagai sumber visual yang berkaitan dengan pecel di ruang publik mempertegas peran kuliner ini sebagai identitas kultural yang diinstitutionalisasi oleh pemerintah daerah.<sup>15</sup>

Dengan demikian, kuliner pecel dapat dipandang sebagai bagian integral dari identitas daerah Kota Madiun. Keberlanjutan pecel sebagai identitas budaya memerlukan upaya pelestarian yang berkelanjutan, baik melalui pewarisan pengetahuan kuliner kepada generasi muda, inovasi produk tanpa menghilangkan nilai tradisional, maupun dukungan kebijakan pemerintah daerah. Dalam konteks ini pecel tidak hanya menjadi warisan budaya, tetapi juga sebagai sarana memperkuat citra dan daya saing Kota Madiun di tengah perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif.

## **B. Dinamika Penciptaan dan Perkembangan Motif Batik Pecel Madiun (2011-2025)**

### **1. Sejarah Awal Kemunculan Batik Pecel**

Kemunculan Batik Pecel Madiun merupakan bagian dari dinamika perkembangan batik daerah di Indonesia yang semakin mengarah pada penguatan identitas lokal. Batik daerah tidak lagi hanya berfungsi sebagai produk sandang, tetapi juga sebagai medium representasi budaya dan simbol kebanggaan suatu wilayah. Dalam konteks Kota Madiun, Batik Pecel Madiun hadir sebagai respon terhadap kebutuhan akan batik yang memiliki ciri khas lokal sekaligus mampu merepresentasikan identitas daerah secara visual dan filosofis.<sup>16</sup>

<sup>11</sup> Wahyuni, S., “Pecel sebagai Kuliner Tradisional dan Identitas Budaya Lojal,” *Jurnal Gastronomi Indonesia*, Vol. 4, No. 1, 2021.

<sup>12</sup> Nugroho, B., *Sejarah Kuliner Tradisional Jawa Timur*, Skripsi, Universitas Airlangga, 2018.

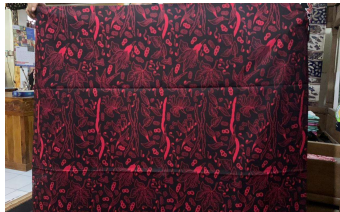
<sup>13</sup> Putri, R.A., “Makanan Tradisional sebagai Identitas Budaya,” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol. 12, No.1, 2020

<sup>14</sup> Pemerintah Kota Madiun, “*Pecel sebagai Ikon Kota Madiun*,” Situs Resmi Pemkot Madiun, 2022

<sup>15</sup> Lestari, M., “Representasi Identitas Daerah melalui Kuliner,” *Jurnal Sejarah dan Budaya*, Vol.6, No.2, 2019

<sup>16</sup> Putri, R.A., “Batik sebagai Identitas Budaya Lokal,” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol. 12, No.1, 2020.

Gambar 3.1 Batik Pecel Madiun



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Batik Pecel Madiun pertama kali diciptakan pada tahun 2011 oleh Ibu Sri Murniati, pendiri Galeri Batik Murni Madiun. Berdirinya Galeri Batik Murni pada 25 Oktober 2011 menjadi tonggak penting dalam sejarah perkembangan batik di Kota Madiun. Galeri ini tidak hanya berperan sebagai tempat produksi batik, tetapi juga sebagai ruang kreatif yang mendorong pelestarian budaya lokal melalui batik.<sup>17</sup> Latar belakang penciptaan Batik Pecel Madiun tidak dapat dilepaskan dari perjalanan pribadi Ibu Srimurniati dalam dunia batik. Ia mulai belajar membatik sejak tahun 2010, Ketika masih berprofesi sebagai anggota Satuan Pamong Praja (Satpol PP) Kota Madiun. Ketertarikan terhadap batik tumbuh seiring dengan interaksinya dengan lingkungan sosial di Kelurahan Nambangan Lor, tempat ia tinggal. Di wilayah tersebut, Ibu Murni aktif mengajak dan mengajarkan ibu-ibu setempat untuk belajar membatik sebagai kegiatan produktif dan pemberdayaan ekonomi.<sup>18</sup>

Inspirasi awal lahirnya Batik Pecel Madiun berawal dari motif Seger Arum, yang menampilkan unsur jeruk dan bunga melati sebagai simbol kesegaran dan keharuman. Motif ini kemudian berkembang setelah adanya masukan dari seorang penjahit yang sedang mengerjakan busana untuk Ibu Wali Kota Madiun. Penjahit tersebut mengusulkan agar diciptakan motif batik yang lebih merepresentasikan identitas khas Kota Madiun, yakni melalui kuliner legendaris pecel.<sup>19</sup>

Pecel dipilih karena memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat Madiun. Sebagai makanan rakyat yang dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat, pecel dianggap mampu merepresentasikan karakter masyarakat Madiun yang sederhana. Beragam jenis sayuran dalam sepiring pecel kemudian dimaknai sebagai simbol keberagaman sosial yang hidup berdampingan secara harmonis. Dari sinilah Batik Pecel Madiun mulai dirancang dan diperkenalkan sebagai batik khas daerah Kota Madiun.<sup>20</sup>

Kemunculan Batik Pecel Madiun pada tahun 2011 juga sejalan dengan meningkatnya perhatian pemerintah terhadap pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Batik pecel tidak hanya menjadi produk budaya, tetapi juga sarana penguatan identitas Kota Madiun di tengah persaingan antar daerah. Dengan demikian, sejarah kemunculan Batik Pecel Madiun tidak hanya bersifat personal tetapi juga berkaitan erat dengan konteks sosial, budaya, dan kebijakan daerah.<sup>21</sup>

<sup>17</sup> Ibid

<sup>18</sup> Ibid

<sup>19</sup> Ibid

<sup>20</sup> Nugroho, B., *Sejarah Kuliner Tradisional Jawa Timur*, Skripsi, Universitas Airlangga, 2018.

<sup>21</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal," 2020

## 2. Proses Penciptaan Motif Batik Pecel

Gambar 3.2 Beberapa Motif Batik Pecel



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Proses penciptaan motif Batik Pecel Madiun dilakukan melalui tahapan yang panjang dan penuh pertimbangan artistik secara filosofis. Menurut Ibu Sri Murniati, membatik bukan sekedar aktivitas produksi, melainkan proses kreatif yang harus diawali dengan rasa senang dan kecintaan terhadap seni batik. Tanpa adanya ketertarikan batin, proses membatik akan terasa berat dan sulit dijalani. Oleh karena itu, batik dipandang sebagai bentuk ekspresi jiwa dan pengabdian terhadap warisan budaya leluhur.<sup>22</sup>

Motif Batik Pecel Madiun diciptakan dengan mengadaptasi unsur-unsur visual dari pecel, seperti sayur mayur dan bumbu pecel, ke dalam bentuk ornament batik. Unsur-unsur tersebut tidak digambarkan secara realistis, melainkan distilisasi agar sesuai dengan kaidah estetika batik tradisional. Proses stilisasi ini membutuhkan kepekaan artistik agar motif tetap mudah dikenali namun tidak kehilangan nilai seni.<sup>23</sup>

Gambar 3.3 Batik Pecel



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tahapan penciptaan batik diawali dengan perancangan desain motif diatas kertas. Pada tahap ini, Ibu Murni mempertimbangkan komposisi, pengulangan motif, serta keseimbangan antara ruang kosong dan isian. Setelah desain disetujui, motif dipindahkan ke kain mori menggunakan pensil. Tahap selanjutnya adalah proses nyanting, yaitu menggambar motif menggunakan malam panas dengan canting. Proses nyanting merupakan tahap paling krusial karena menentukan ketajaman motif dan kualitas akhir batik.<sup>24</sup>

Gambar 3.4 Proses Pewarnaan Batik Pecel



Sumber : Dokumentasi Pribadi

<sup>22</sup> Wawancara dengan Ibu Srimurniati, Pendiri Galeri Batik Murni Madiun sekaligus Pencipta Batik Pecel Madiun Pertama, 2025

<sup>23</sup> Wahyuni, S., "Motif Batik dan Representasi Budaya Lokal," *Jurnal Seni Rupa*, Vol.5, No.2, 2021

<sup>24</sup> Prasetyo, A., *Proses Produksi Batik Tulis Tradisional*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019

Setelah proses nyanting selesai, kain memasuki tahap pewarnaan. Pewarnaan dilakukan secara bertahap, disesuaikan dengan warna yang diinginkan dan karakter motif. Pewarnaan ini menggunakan warna alam. Setelah itu dilakukan proses pelorodan untuk menghilangkan malam, kemudian dilanjutkan dengan tahap finishing. Seluruh proses ini dilakukan secara manual dengan teknik batik tulis, sehingga setiap lembar Batik Pecel Madiun memiliki keunikan tersendiri.<sup>25</sup> Dalam proses produksi, Ibu Murni dibantu oleh tiga orang karyawan dengan pembagian tugas yang jelas. Meskipun melibatkan beberapa orang, kontrol kualitas tetap berada ditangan Ibu Murni sebagai pencipta motif utama. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi nilai estetika dan filosofi Batik Pecel Madiun.<sup>26</sup>

Filosofi utama yang terkandung dalam Batik Pecel Madiun adalah kesederhanaan yang mengantarkan pada kejayaan dan kemakmuran. Kesederhanaan diwujudkan melalui ide dasar motif yang berasal dari makanan rakyat, sedangkan kejayaan dan kemakmuran dimaknai sebagai harapan akan kemajuan Kota Madiun serta kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam industri batik. Filosofi ini menjadi landasan dalam setiap proses penciptaan motif Batik Pecel Madiun.<sup>27</sup>

### 3. Perkembangan Desain Batik Pecel

Sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2011, Batik Pecel Madiun mengalami perkembangan desain yang cukup signifikan. Pada fase awal (2011-2014), motif Batik Pecel masih bersifat sederhana dan digunakan secara terbatas. Pada periode ini, Batik Pecel lebih banyak dikenalkan melalui pameran lokal dan pemakaian pribadi.<sup>28</sup> Memasuki periode 2015-2019, desain Batik Pecel mulai mengalami diversifikasi. Motif pecel tidak lagi berdiri sendiri, tetapi dikombinasikan dengan motif lain yang merepresentasikan Kota Madiun, seperti motif Pendekar, INKA Kereta Api, serta Klenteng. Kombinasi ini menunjukkan upaya inovasi tanpa meninggalkan identitas utama Batik Pecel.<sup>29</sup>

Gambar 3.5 Batik Pecel Kereta Api



Gambar 3.6 Batik Pecel Klenteng



<sup>25</sup> Ibid

<sup>26</sup> Wawancara dengan Ibu Srimurniati Pendiri Galeri Batik Murni Madiun sekaligus Pencipta Batik Pecel Madiun Pertama , 2024

<sup>27</sup> Lestari, M., "Makna Filosofis Batik sebagai Warisan Budaya," *Jurnal Sejarah dan Budaya*, Vol.6, No.2, 2019

<sup>28</sup> Pemerintah Kota Madiun, "Batik Pecel sebagai Identitas Budaya," 2022.

<sup>29</sup> Wawancara dengan Ibu Srimurniati Pendiri Galeri Batik Murni Madiun sekaligus Pencipta Batik Pecel Madiun Pertama , 2024

Gambar 3.7 Batik Pecel Burung Cendrawasih



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dari segi penggunaan Batik Pecel Madiun mengalami perluasan fungsi. Tidak hanya digunakan sebagai busana sehari-hari, Batik Pecel juga dijadikan seragam resmi pegawai pemerintahan Kota Madiun. Kebijakan ini berperan penting dalam memperluas eksposur Batik Pecel kepada masyarakat luas dan memperkuat posisinya sebagai identitas daerah.<sup>30</sup>

Strategi pemasaran Batik Pecel Madiun dilakukan melalui partisipasi aktif dalam berbagai pameran di tingkat lokal, regional, dan nasional. Galeri Batik Murni juga menjalin kemitraan dengan berbagai institusi, seperti Bank Indonesia (BI) dan PT INKA, sebagai mitra binaan. Dukungan ini membuka akses promosi yang lebih luas serta meningkatkan kredibilitas Batik Pecel di tingkat nasional.<sup>31</sup> Dengan demikian, perkembangan desain dan penggunaan Batik Pecel Madiun pada periode 2011-2025 menunjukkan adanya proses transformasi yang berkelanjutan. Batik Pecel tidak hanya bertahan sebagai produk tradisional, tetapi juga beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan nilai filosofis dan identitas budayanya.

Kesuksesan Batik Pecel Madiun pada tahun 2011 hingga 2025 ternyata terus berkembang. Pada tahun 2015 hingga 2020 Batik Pecel Madiun meraih beberapa prestasi yang sangat membanggakan mulai dari tingkat regional hingga nasional. Diantaranya yaitu Juara 1 Pemilihan Putra Putri Batik 2015, Juara 2 lomba design batik Kab.Madiun 2015, Juara 1 Pawai Budaya 2016, serta Juara 1 Pemilihan Putra Putri Pesona Jawa Timur 2019.<sup>32</sup>

### C. Strategi Pemasaran dan Pengembangan Industri Batik Pecel sebagai Produk Ekonomi Kreatif

#### 1. Profil Galeri Batik Murni

Gambar 4.1 Galeri Batik Murni Madiun



Sumber : Internet

Galeri Batik Murni Madiun merupakan salah satu rumah industri batik yang berperan penting dalam pengembangan batik bermotif khas Kota Madiun. Galeri ini didirikan pada tanggal 25 Oktober 2011 oleh Ibu Sri Murniati, seorang perajin batik sekaligus pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang memiliki komitmen kuat terhadap pelestarian budaya lokal. Galeri Batik Murni beralamat di Jl. Halmahera No. 21 Kota Madiun, dan hingga saat ini masih aktif beroperasi sebagai pusat produksi, pemasaran, dan edukasi batik khas daerah.<sup>33</sup> Sebagai rumah industri, Galeri Batik Murni tidak hanya berfungsi sebagai tempat produksi

<sup>30</sup> Lestari, M., 2019. Bank Indonesia, "Program Pembinaan UMKM Batik," 2021

<sup>31</sup> Wahid, A., "Industri Batik dan Daya Saing Produk Lokal," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 7, No.1, 2022

<sup>32</sup> Dokumen dari Galeri Batik Murni 2025

<sup>33</sup> Wawancara Sri Murniati, Pendiri Galeri Batik Murni Madiun, 2025

batik, tetapi juga sebagai ruang kreatif yang mengintegrasikan unsur seni, budaya, dan ekonomi. Proses produksi batik di Galeri Batik Murni dilakukan secara tradisional dengan teknik batik tulis, yang menekankan ketelitian, ketekunan, serta keahlian tangan para perajin. Pemilihan teknik tradisional ini menunjukkan komitmen Galeri Batik Murni dalam menjaga nilai autentik batik sebagai warisan budaya tak benda.<sup>34</sup>

Struktur organisasi di Galeri Batik Murni relative sederhana namun efektif. Ibu Sri Murniati berperan sebagai pemilik sekaligus pengelola utama, dibantu oleh beberapa karyawan yang masing-masing memiliki tugas khusus dalam proses produksi batik, mulai dari pembuatan desain, proses nyanting, pewarnaan, hingga finishing. Pembagian kerja ini memungkinkan Galeri Batik Murni menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan efisiensi produksi.<sup>35</sup>

Gambar 4.2 Pegawai yang sedang mewarnai Batik Pecel



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Sebagai rumah industri berbasis budaya, Galeri Batik Murni juga aktif berperan dalam kegiatan sosial dan budaya, seperti pelatihan membatik bagi masyarakat, partisipasi dalam pameran seni dan budaya, serta kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta. Peran ini menempatkan Galeri Batik Murni tidak hanya sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai agen pelestari budaya lokal Kota Madiun.<sup>36</sup>

## 2. Strategi Pemasaran Batik Pecel

Strategi pemasaran dilakukan berdasarkan Analisa 7P dengan analisis SWOT yang terdiri atas : Product, produk batik khas Madiun ini memiliki berbagai keunggulan diantaranya dengan konsep mengembangkan makanan khas Kota Madiun yaitu Pecel menjadi nilai jual tinggi, dari berbagai aspek seperti mutu/kualitas, ukuran yang sangat cocok menjadi satu stel baju elegan.<sup>37</sup>Price, harga batik khas galeri Batik Murni tergolong murah, tetapi memiliki kualitas tinggi, yaitu sebesar Rp. 150.000-Rp. 4.500.000,-. Promotion, strategi agar produk Batik Pecel Madiun di Galeri Batik Murni dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara, yaitu melalui pameran-pameran, asosiasi dan sosial media. Placement, sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui Galeri Batik Murni. Reatiler akan menawarkan produk kepada target pasar dengan menanyakan apa yang diinginkan konsumen. Kegiatan ini dilakukan sejak tahun 2011 dengan lokasi di Galeri Batik Murni Jl. Halmahera No. 21 Madiun.

Produk ini dijadikan sebagai souvenir perusahaan atau instansi Ketika menyelenggarakan acara-acara besar. People, merupakan kriteria SDM secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung. Disini berhubungan dengan retail yang kami rekrut. Diperlukan adanya semacam audiensi agar retailer dapat menarik konsumen dengan mudah. Retailer yang dipilih cukup selektif

<sup>34</sup> Prasetyo, A., *Proses Produksi Batik Tulis Tradisional*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019.

<sup>35</sup> Wawancara Sri Murniati, Pendiri Galeri Batik Murni Madiun, 2025

<sup>36</sup> Kotler, P. & Keller, K.L., *Marketing Management*, Pearson, 2016

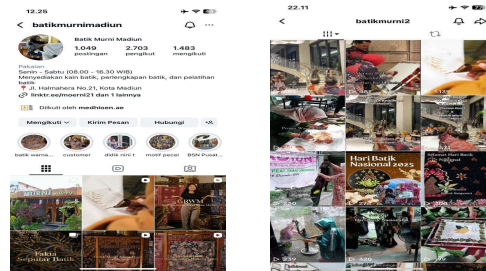
<sup>37</sup> Laporan Galeri Batik Murni

mengingat produk batik pecel khas Kota Madiun memiliki target pasar. Process yang ditampilkan agar konsumen tertarik untuk membeli, seperti proses produksi yang baik misalnya dengan demonstrasi membatik/menunjukkan proses pembuatan batik dari menyanting, pewarnaan hingga mencoba mencanting dan selfi di galeri.

Physical Evidence, penampilan fisik dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Hal ini biasanya dilakukan Ketika adanya pameran ataupun tampilan produk di workshop. Adanya tambahan barang dalam menampilkan produk sehingga produk terlihat lebih menarik dan sesuai dengan konsep yang diinginkan misalnya dalam hal ini produk berkonsep elegan dan klasik.<sup>38</sup>

Dalam menghadapi persaingan industri batik yang semakin ketat, Galeri Batik Murni menerapkan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi pemasaran. Media sosial dipilih karena mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya relative rendah, serta memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen.<sup>39</sup>

Gambar 4.9 Pemasaran Batik di Galeri Batik Murni Madiun melalui Instagram dan Tiktok



Sumber : Instagram dan Tiktok

Platform media sosial yang digunakan oleh Galeri Batik Murni untuk memasarkan Batik Pecel antara lain Intagram, Tiktok, dan Youtube. Instagram, dimanfaatkan sebagai media visual untuk menampilkan foto dan video produk Batik Pecel Madiun, proses pembuatan batik, serta dokumentasi kegiatan pameran. Konten visual yang menarik diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk serta membangun citra merek Batik Pecel Madiun sebagai batik khas daerah yang bernilai budaya tinggi.<sup>40</sup> Tiktok digunakan sebagai media promosi yang menargetkan generasi muda. Melalui video pendek yang kreatif dan informatif, Galeri Batik Murni memperkenalkan Batik Pecel Madiun dengan pendekatan yang lebih santai dan komunikatif. Strategi ini sejalan dengan tren pemasaran digital yang menekankan strorytelling dan visualisasi singkat namun menarik.<sup>41</sup>

Selain pemasaran digital, Galeri Batik Murni juga aktif mengikuti berbagai pameran di tingkat lokal, regional, dan nasional. Keikutsertaan dalam pameran memberikan kesempatan untuk memperkenalkan Batik Pecel Madiun secara langsung kepada masyarakat luas, sekaligus memperluas jaringan pemasaran. pameran juga menjadi sarana untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk batik yang dihasilkan.<sup>42</sup> Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Galeri Batik Murni mencerminkan perpaduan antara pemasaran tradisional dan digital, yang saling melengkapi dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek Batik Pecel Madiun.

<sup>38</sup> Ibid

<sup>39</sup> Rahmawati, D., "Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran UMKM," *Jurnal Komunikasi Bisnis*, Vol.4, No.1, 2021

<sup>40</sup> Sari, N., "Strategi Pemasaran Digital melalui Tiktok," *Jurnal Media dan Komunikasi*, Vol.7, No.2, 2022

<sup>41</sup> Putri, R.A., "Youtube sebagai Media Promosi Produk Budaya," *Jurnal Komunikasi Visual*, Vol.5, No.1, 2020

<sup>42</sup> Wahid, A., "Media Sosial dan Daya Saing UMKM," *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol.7, No.1, 2022

### 3. Implementasi dan Hasil Pemasaran Batik Pecel

Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Galeri Batik Murni menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Pemanfaatan media sosial berhasil meningkatkan visibilitas Batik Pecel Madiun, baik di tingkat lokal maupun nasional. Melalui Instagram, tiktok, youtube, Batik Pecel Madiun dikenal oleh masyarakat di luar Kota Madiun, bahkan menarik minat konsumen dari berbagai daerah.<sup>43</sup>

Keikutsertaan dalam pameran juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan pengenalan merek. Pameran tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi budaya, dimana pengunjung dapat memahami proses pembuatan dan filosofi Batik Pecel Madiun. Hal ini meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen.<sup>44</sup>

Dari sisi ekonomi, strategi pemasaran yang diterapkan berdampak pada peningkatan permintaan produk Batik Pecel Madiun. Konsumen Batik Pecel Madiun berasal dari berbagai kalangan, mulai dari masyarakat umum, wisatawan, hingga instansi pemerintahan. Bahkan, Batik Pecel Madiun telah digunakan sebagai seragam resmi, yang menunjukkan pengakuan terhadap nilai budaya dan kualitas produk.<sup>45</sup>

Selain dampak ekonomi, implementasi strategi pemasaran juga memberikan dampak sosial dan budaya. Galeri Batik Murni berperan dalam membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar serta mendorong pelestarian budaya batik di Kota Madiun. Dengan demikian, pemasaran Batik Pecel Madiun tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan budaya dan kesejahteraan masyarakat.<sup>46</sup> Secara keseluruhan, implementasi strategi pemasaran Batik Pecel Madiun dapat dikatakan berhasil dalam memperkuat posisi Batik Pecel sebagai identitas budaya Kota Madiun sekaligus sebagai produk ekonomi kreatif yang memiliki daya saing. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terencana dan berbasis kearifan lokal mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan industri batik daerah.<sup>47</sup>

## SIMPULAN

Selaras dengan rumusan masalah penelitian, temuan lapangan menunjukkan bahwa proses penciptaan dan perkembangan motif Batik Pecel Madiun tidak hanya dipengaruhi oleh aspek estetika semata, tetapi juga oleh latar belakang budaya lokal, pengalaman personal penciptanya, serta konteks sosial masyarakat Madiun. Motif Batik Pecel Madiun terbukti mengandung makna filosofis yang merepresentasikan nilai kesederhanaan, kebersamaan, dan keberagaman yang bersumber dari kuliner pecel sebagai simbol budaya daerah. Sementara itu, strategi pemasaran yang diterapkan di Galeri Batik Murni menunjukkan adanya kesesuaian antara pengembangan produk budaya dan tuntutan pasar modern, dimana pemasaran digital dan keikutsertaan dalam pameran berperan penting dalam memperluas jangkauan serta memperkuat posisi Batik Pecel sebagai identitas budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan Batik Pecel Madiun terletak pada keterpaduan antara makna filosofis motif, proses penciptaan yang berakar pada tradisi, serta strategi pemasaran yang adaptif dan berkelanjutan.

<sup>43</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif “*Pameran sebagai Strategi Promosi Produk Kreatif*”, 2020

<sup>44</sup> Pemerintah Kota Madiun, “Batik Pecel sebagai Identitas Daerah,” 2022

<sup>45</sup> Lestari, .. 2019

<sup>46</sup> Putri, R.A., “*Pemasaran Produk Budaya dan Identitas Lokal*,” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol.12 No.1, 2020

<sup>47</sup> Ibid

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Arsip

-

### B. Surat Kabar

Jawa Pos Radar Madiun

### C. Buku

Ensiklopedia Nasional Indonesia : Jilid 3, 1989, Jakarta : PT Cipta Adi Pustaka.

Koentjaraningrat. *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Kotler, P. & Keller, K. L. *Marketing Management*. Pearson, 2016.

### D. Jurnal

Asti Musman dan Ambar B. Arini, 2011, *Batik : Warisan Adiluhung Nusantara*, Yogyakarta : G-Media. Asti Musman dan Ambar B. Arini, op.cit.

Sari, C. F., & Giari, N. BATIK MOTIF “PECEL” DI GALERI MURNI KOTA MADIUN.

Sahidah, B. A., & Habsari, N. T. (2018). Eksistensi Batik Pecel (Sejarah, Makna Simbolis Dan Potensinya Sebagai Ikon Pariwisata Kota Madiun). *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*, 8(2), 221-238.

Maharyanti, M. R., & Giri, E. S. P. (2017). *Batik Pecelan ciri khas Kota Madiun* [Batik Pecelan as a characteristic of Madiun City]. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Bahasa dan Seni, Pendidikan Kriya. Koentjaraningrat, *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia* (Jakarta : Djambatan, 2009)

Dudung Abdurahman, *Metode Penelitian Sejarah* (Jakarta Logos Wacana Ilmu, 1999)

Aminuddin Kasdi, *Memahami Sejarah* (Surabaya : Unesa University Press 2005)

Gilbert J. Garraghan dalam Aminuddin Kasdi, 2008, *Memahami Sejarah* : Edisi Revisi, Surabaya : Unesa University Press.

A. Daliman, *Metode Penelitian Sejarah* (Yogyakarta : Ombak, 2010) MULIA, D. (2015). Perkembangan Batik Lorog Pacitan Tahun 1980-2010. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 3(2).

Wirawan, R. S. (2015). Sejarah Industrialisasi Batik di Kampung Batik Jetis Sidoarjo Tahun 1970-2013. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 3(3).

FRANSISKA, E., & LIANA, C. (2018). Perkembangan Industri Batik Sekar Jati Di Kabupaten Jombang Tahun 1993-2010. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 6(2). Doellah, H. S., & Doellah, S. (2002). *Batik: Pengaruh zaman dan lingkungan*. Danar Hadi.

Djoemena, N. S. (1986). Ungkapan sehelai batik=. *Ungkapan sehelai batik*.

Lestari, M. “Makna Filosofis Batik sebagai Warisan Budaya.” *Jurnal Sejarah dan Budaya*, Vol. 6, No. 2, 2019.

Lestari, M. “Representasi Identitas Daerah melalui Kuliner.” *Jurnal Sejarah dan Budaya*, Vol. 6, No. 2, 2019.

Putri, R. A. “Makanan Tradisional sebagai Identitas Budaya.” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol. 12, No. 1, 2020.

Putri, R. A. “Batik sebagai Identitas Budaya Lokal.” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol. 12, No. 1, 2020.

Putri, R. A. “Pemasaran Produk Budaya dan Identitas Lokal.” *Jurnal Antropologi Budaya*, Vol. 12, No. 1, 2020.

Putri, R. A. “Youtube sebagai Media Promosi Produk Budaya.” *Jurnal Komunikasi Visual*, Vol. 5, No. 1, 2020.

Rahmawati, D. “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran UMKM.” *Jurnal Komunikasi Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2021. Sari, D. P. “Kondisi Iklim dan Aktivitas Sosial Ekonomi di Jawa Timur.” *Jurnal Geografi Humaniora*, Vol. 9, No. 1, 2020.

Sari, N. “Strategi Pemasaran Digital melalui TikTok.” *Jurnal Media dan Komunikasi*, Vol. 7, No. 2, 2022.

Wahid, A. “Industri Batik dan Daya Saing Produk Lokal.” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 7, No. 1, 2022.

Wahid, A. “Media Sosial dan Daya Saing UMKM.” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 7, No. 1, 2022.

Wahyuni, S. “Pecel sebagai Kuliner Tradisional dan Identitas Budaya Lokal.” *Jurnal Gastronomi Indonesia*, Vol. 4, No. 1, 2021.

Wahyuni, S. “Motif Batik dan Representasi Budaya Lokal.” *Jurnal Seni Rupa*, Vol. 5, No. 2, 2021.

Wahyuni, S. “Batik sebagai Identitas Budaya Lokal.” *Jurnal Seni dan Budaya*, Vol. 5, No. 2, 2021.

#### **E. Skripsi**

Nugroho, B. *Sejarah Kuliner Tradisional Jawa Timur*. Skripsi, Universitas Airlangga, 2018.

Prasetyo, A. *Dinamika Perkembangan Kota Madiun sebagai Kota Jasa*. Skripsi, Universitas Negeri Malang, 2019.

Prasetyo, A. *Proses Produksi Batik Tulis Tradisional*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2019.

#### **F. Artikel/Sumber Internet**

Sayidah Rohmah. (2023, 5 Oktober). *Mengenal Batik Pecel Khas Madiun*. Kota Madiun diakses pada tanggal 18 Oktober 2025 pukul 11.30, dari <https://kotamadiunupdate.blogspot.com/2023/10/mengenalbatik-pecel-khas-madiun.html>

Badan Pusat Statistik Kota Madiun, *Kota Madiun dalam Angka*, Madiun : BPS, 2023

Badan Pusat Statistik Kota Madiun. *Statistik Daerah Kota Madiun*. 2022.

Dinas Lingkungan Hidup Kota Madiun. *Profil Lingkungan Hidup Kota Madiun*. 2022.

Pemerintah Kota Madiun. “Pecel sebagai Ikon Kota Madiun.” Situs Resmi Pemkot Madiun, 2022.

Pemerintah Kota Madiun. “Batik Pecel sebagai Identitas Budaya.” 2022.

Bank Indonesia. “Program Pembinaan UMKM Batik.” 2021.

Bank Indonesia. “Pengembangan UMKM melalui Pameran Produk Unggulan.” 2021.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. “Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal.” 2020.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. “Pameran sebagai Strategi Promosi Produk Kreatif.” 2020.

Laporan Galeri Batik Murni.

Linktr.ee/moerni21, diakses pada 22 Januari 2026.

#### **G. Wawancara**

Wawancara dengan Ibu Srimurniati sebagai Pencipta Batik Pecel Madiun sekaligus Pemilik Galeri Batik Murni Madiun, pada tanggal 24 Juni 2025, di Jl. Halmahera No.21 Kec.Kartoharjo Kota Madiun

Wawancara dengan Mbak Lisa salah satu karyawan di Galeri Batik Murni Madiun