

KEWIRAUSAHAAN BERBASIS BUDAYA: PENGEMBANGAN PRODUK *TOTEBAG* MOTIF BATIK GEBLEK RENTENG KHAS KABUPATEN KULON PROGO

Latifah¹

¹Magister Manajemen, Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia

Email: ^{1*}Latifahlatif010@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penulisan ini adalah: 1) menciptakan desain *totebag* dengan motif batik geblek renteng khas Kabupaten Kulon Progo, 2) memproduksi *totebag* dengan motif batik geblek renteng khas Kabupaten Kulon Progo, (memproduksi produk, konsep) 3) memasarkan merk batik geblek renteng berbentuk tas. Proses penciptaan koleksi *totebag* motif batik geblek renteng Kabupaten Kulon Progo ini dilakukan dengan sumber ide, membuat *mood-board* dan membuat desain koleksi berbentuk *illustration* melalui beberapa tahapan : 1) persiapan meliputi penentuan ukuran, pembuatan pola, pemilihan bahan, pembuatan rancangan bahan dan harga 2) pelaksanaan meliputi pembuatan konsep, pemotongan bahan, penjahitan hingga *finishing* 3) memasarkan produk *totebag* motif batik geblek renteng ini dilakukan dengan *branding* produk berupa pembuatan nama *brand*, logo *brand*, dan mengunggah konten produk di media sosial Instagram. Hasil dari penelitian dan pengembangan ini : (1) terciptanya desain *totebag* dengan motif batik geblek renteng. (2) terwujudnya *totebag* motif batik geblek renteng yang berjumlah sepuluh *totebag* menggunakan batik geblek renteng. (3) berhasil melakukan marketing produk *totebag* melalui brand MURRAYA dengan menggunakan media sosial *Instagram* dan *Whatsapp* sehingga dapat terserap pasar.

Kata kunci: *totebag*, geblek renteng.

Abstract

The purpose of this writing is to design and produce tote bags featuring the *Geblek Renteng* batik motif, a cultural hallmark of Kulon Progo Regency, and to market the bags as a branded product. The creative process began with gathering ideas, developing a mood board, and illustrating the design concepts. The stages involved included preparation—such as determining dimensions, creating patterns, selecting materials, and planning costs—followed by execution, which encompassed conceptual development, fabric cutting, sewing, and final finishing. The marketing phase was carried out through product branding, including the creation of a brand name and logo, and the promotion of the product on Instagram. As a result of this research and development, a collection of tote bags with the *Geblek Renteng* motif was successfully designed and produced, totaling ten pieces, and the products were effectively marketed under the brand name MURRAYA using social media platforms such as Instagram and WhatsApp, leading to successful market acceptance.

Keywords: *tote bag*, *Geblek Renteng*

Artikel Info:

Submit : 12 Juni 2025

Revisi : 30 Juni 2025

Terima : 30 Juni 2025

Cite :

Latifah. (2025). **Kewirausahaan Berbasis Budaya: Pengembangan Produk Totebag Motif Batik Geblek Renteng Khas Kabupaten Kulon Progo.** *Journal of Educational Research and Community Service (JERCS)*, 1(3), 254-263.

PENDAHULUAN

Yogyakarta dikenal secara internasional sebagai salah satu pusat penghasil batik di Indonesia. Penggunaan batik sebagai bahan sandang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Yogyakarta, baik dalam konteks tradisional maupun nasional. Rasa bangga terhadap batik semakin meningkat sejak batik diakui sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO pada tahun 2009. Pengakuan ini mendorong berbagai daerah, termasuk Kabupaten Kulon Progo, untuk mengembangkan batik sebagai bagian dari industri kreatif yang bernilai ekonomi tinggi (Eskak, 2013).

Di Kabupaten Kulon Progo, perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik mengalami kemajuan signifikan, ditandai dengan meningkatnya kreativitas perajin dan dukungan dari instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Salah satu motif batik khas dari Kulon Progo adalah *Geblek Renteng*, yang terinspirasi dari makanan tradisional "geblek" dan angka delapan (8) sebagai simbol 88 desa yang ada di wilayah tersebut. Motif ini tidak hanya mencerminkan kekhasan lokal, tetapi juga mengandung makna filosofis dan identitas kultural masyarakat Kulon Progo.

Meskipun batik *Geblek Renteng* memiliki nilai simbolik dan estetika yang tinggi, pemanfaatannya masih terbatas pada produk busana konvensional dan belum banyak dikembangkan dalam bentuk produk fesyen alternatif yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup modern. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam inovasi produk batik daerah, khususnya dalam diversifikasi bentuk dan fungsi. Padahal, tuntutan pasar kreatif saat ini mengarah pada produk yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan relevan dengan tren fesyen kontemporer.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian dan pengembangan ini bertujuan untuk menginisiasi inovasi produk berbasis budaya lokal melalui pembuatan totebag dengan motif batik *Geblek Renteng*. Desain koleksi totebag ini diharapkan menjadi wujud pengembangan batik Kulon Progo menjadi produk fesyen fungsional yang bernilai guna tinggi serta mampu memuat barang dalam jumlah banyak. Selain sebagai upaya pelestarian budaya, produk ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing batik *Geblek Renteng* di pasar yang lebih luas melalui pendekatan desain kreatif dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan digital.

METODE

Penentuan Pasar

Pasar sasaran adalah sekelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan perusahaan atau perusahaan dalam membeli produk yang dijualnya. Pemasaran biasanya mengelompokkan pasar sasaran berdasarkan sebaran usia, ciri-ciri atau kesamaan ciri dan kebiasaan. Targeting merupakan upaya mengelompokkan orang berdasarkan segmentasi tertentu. Menurut Rismiati dan Suratno (2001), segmentasi pasar adalah suatu upaya untuk memisahkan suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli berdasarkan jenis produk tertentu dan memerlukan bauran pemasaran tersendiri (kegiatan segmentasi pasar yang beragam)./heterogenitas suatu produk menjadi unit-unit (Menurut Kasali (1998), segmentasi pasar bertujuan untuk lebih memahami kebutuhan, karakteristik atau perilaku konsumen berbeda yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran mereka sendiri. Oleh karena itu, sebagai acuan untuk menentukan target pasar pada Tas Wanita Motif Batik Geblek Renteng saya mengklasifikasikan target pasar berdasarkan Analisis SWOT dan Analisis Marketing 4P. Analisis SWOT merupakan analisis berdasarkan kondisi pasar untuk mengidentifikasi situasi internal dan eksternal suatu perusahaan atau produk. Sekaligus analisis Bauran Pemasaran 4-P adalah untuk memperkuat strategi perusahaan yang dikelola dan menciptakan peluang yang lebih besar berdasarkan produk, harga, lokasi dan kampanye yang dilaksanakan.

Tabel 1 Analisis SWOT

No	Faktor Internal		Faktor Eksternal	
	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1.	Produk <i>totebag</i> ramah lingkungan dengan bahan yang mudah di daur ulang.	Produk barang sejenis.	Kreatif dan inovatif sehingga membuka peluang baru.	Persaingan sangat ketat.
2.	Mengangkat batik sebagai bentuk pelestarian budaya.	Tenaga terampil dalam pembuatan tas masih tergolong minim.	Memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.	Pergeseran minat masyarakat menggunakan batik dalam kehidupan sehari - hari.

Tabel 2 Analisis Marketing Mix

Product	Price	Place	Promotion
---------	-------	-------	-----------

Produk menggunakan kain batik sebagai bentuk pelestarian budaya Indonesia.	Harga produk yang ditawarkan sekitar Rp 85.000	Penjualan dilakukan melalui media sosial whatsapp, dan instagram.	Promosi dilakukan dengan menggunakan media sosial whatsapp, dan instagram.
--	--	---	--

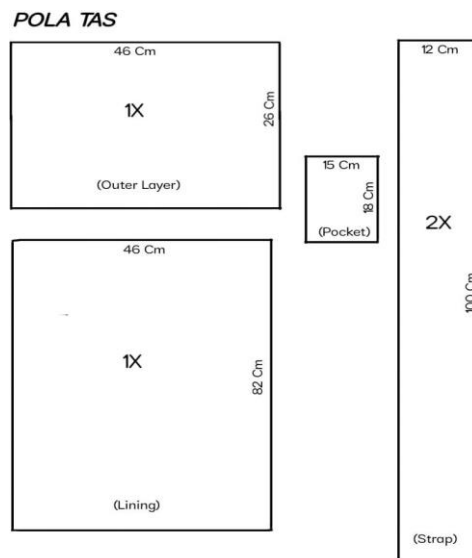
Tabel 1 menunjukkan kelebihan dan kelemahan perusahaan yang dikelola berdasarkan faktor internal dan eksternal. Tabel 2 menjelaskan strategi yang digunakan dalam pengelolaan perusahaan.

Desain dan Produksi

Tema “Geblek Renteng” digunakan untuk karya ni. Alasan penulis menjadikan batik geblek renteng sebagai inspirasi karena batik tersebut merupakan batik khas Kabupaten Kulon Progo yang merupakan salah satu ikon dari Kulon Progo. Kemunculan motif batik Geblek renteng di Kulon Progo sebenarnya tercipta sebagai upaya melestarikan dan mengembangkan seni budaya batik Kulon Progo serta menciptakan ikon baru motif khas Kulon Progo. Motif ikonik Kulon Progo terdiri dari gambar gebelki sebagai motif dan berbagai simbol yang menunjukkan kekayaan alam dan kondisi Kabupaten Kulon Progo. Geblek digunakan sebagai bahan utama karena geblek merupakan makanan khas daerah Kulon Progo.

Salah satu hal terpenting ketika membuat tas adalah menentukan bahan baku tas tersebut. *Drill* adalah kain yang dipintal secara diagonal atau dibuat secara diagonal dengan benang yang kuat. Keunggulan bahan drill kedua yang paling populer adalah tidak mudah kusut. Kain drill merupakan kain yang kuat dan tahan lama. Berdasarkan penjelasan berikut, penulis memilih menggunakan bahan busa, kain batik, kain blacu, dan juga kain drill pada pembuatan karya ini dikarenakan bahan tersebut memenuhi kriteria untuk dibuat *Totebag* Motif Batik Geblek Renteng Khas Kabupaten Kulon Progo.

Djati Pratiwi Ivana Natalia 2005. : 12 menyatakan bahwa “suatu pola pola adalah selembar kain atau kertas yang digunakan sebagai acuan contoh atau bentuk dalam pembuatan suatu produk pada saat memotong bahan sebelum menjadi produk jadi.” Pada pembuatan pola ini menggunakan ukuran yang dibuat dan ditentukan sendiri. Hal ini berbeda dengan ukuran pembuatan busana pada umumnya yang menggunakan ukuran standar busana.



Gambar 3. 14 Pola Tas
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Rancangan bahan dan harga produk ini berfungsi untuk menentukan harga jual dari produk busana yang dibuat. Merancang harga merupakan langkah untuk menghitung biaya yang diperlukan untuk pembuatan tas. Karena banyaknya keperluan yang dibutuhkan dalam pembuatan tas. Berikut rancangan bahan dan harga yang diperlukan dalam pembuatan produksi tas :

Tabel 3. 4 Rancangan Harga

No.	Bahan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Batik geblek renteng	0,50 m	Rp 100.000	Rp 20.000
2.	Kain drill	0,50 m	Rp 25.000	Rp 6.000
3.	Spons ati	0.5 m	Rp 18.000	Rp 9.000
4.	Resleting tas	1 pcs	Rp 10.000	Rp 10.000
5.	Kain blacu	0.5 m	Rp 16.000	Rp 8.000
6.	Benang jahit	1 pcs	Rp 2.000	Rp 2.000
Total				Rp 51.000

Harga jual produk :

➤ Modal	= Rp 51.000
➤ Ongkos jahit	= Rp 17.000
➤ Biaya produksi	= Modal + Ongkos jahit = Rp 51.000 + Rp 17.000 = Rp 68.000
➤ Keuntungan	= 25% x Biaya produksi = Rp 17.000
➤ Harga jual	= Biaya Produksi + Keuntungan = Rp 68.000 + Rp 17.000 = Rp 85.000

Berdasarkan rancangan bahan dan harga diatas, maka dapat ditetapkan harga jual produk tas adalah Rp 85.000.

Branding

Kotler (2009:332) Menurut Kotler, berpendapat bahwa pengertian branding adalah pemberian nama, ekspresi, simbol, tanda atau kombinasinya yang dirancang untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan barang atau jasa tersebut dari pesaing. Media branding dapat dimaknai sebagai perantara yang dimanfaatkan suatu brand untuk membranding produknya agar lebih dikenal oleh publik dan memperlihatkan unsur pembeda pada produknya dari produk pesaing (Triyanto, et al., 2021). Nama branding yang akan digunakan dalam branding produk tas ini adalah MURRAYA. Murraya diambil dari bahasa latin *Murraya paniculata* dari tanaman kemuning. Tanaman kemuning menjadi inspirasi dalam pembuatan merk atau brand ini dikarenakan dibelakang rumah penulis terdapat tumbuhan kemuning yang apabila berbunga tumbuhan tersebut akan menghasilkan wangi yang sangat semerbak. Warna putih dan harum wangi yang khas ini yang mendasari lahirnya brand muraya dengan harapan besar brand ini dapat terus bersinar dan memancarkan kebaikan dan kebermanfaatan serta wangi yang di hasilkan juga dapat memberikan *positif energy* kepada orang di sekitarnya. Logo brand yang dipakai pada logo Murraya menggunakan latar belakang background putih dan tulisan bold hitam sebagai desainnya. Warna putih ini dipilih bukan tanpa alasan akan tetapi melatar belakangi dari warna dasar bunga kemuning yang berwarna putih. Warna putih juga membawa harapan dan doa yang suci serta terlihat lebih bersih, tenang dan menyejukkan. Warna dasar hitam dipilih karena warna ini memiliki kekuatan dan memberikan kesan elegan

M U R R A Y A

Media branding merupakan platform atau tempat untuk mempromosikan produk barang maupun jasa kepada konsumen yang sesuai dengan target pasar tersebut. Media branding ini meliputi media branding online dan offline. Pada kesempatan ini penulis melakukan branding kepada konsumen melalui media online yaitu instagram. Dalam hal ini saya melakukan branding pada instaram pribadi @latifahlatif13 dan akun instagram @murraya.id_. Berikut hasil jadi produk tas yang sudah dibuat :



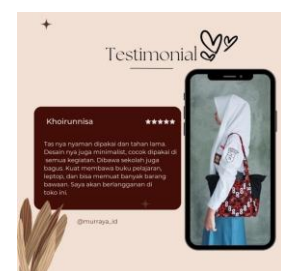
Pada kesempatan ini saya melakukan penjualan melalui online. Pada penjualan online, saya melakukan penjualan melalui media sosial Instagram dan WA. Proses transaksi juga dilakukan secara online melalui transfer ke nomor rekening.

Testimoni :



iya tu dah smpe neng bagus tu tas. a neng

mantap dek malah buat rebutan ibu Ama kka. a kka kata ibu kalau tas. a ukurannya agak kecil gi bsa buat ngaji neng



HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain koleksi tas dalam karya ini terinspirasi dari Batik Geblek Renteng yang dimana batik ini adalah salah satu ikonik dari Kabupaten Kulon Progo. Sumber ide atau dasar konsep dalam pembuatan tas ini adalah penulis ingin mengembangkan batik menjadi tas fashion yang dapat digunakan serta dapat memuat barang banyak dalam satu tempat, yaitu tas. Se jauh ini, batik di Kulon Progo masih belum banyak dikembangkan menjadi produk lain selain baju fashion. Hal tersebut menjadikan alasan penulis untuk mengembangkan produk Tas Motif Batik Geblek Renteng ini sehingga batik di Kulon Progo ini memiliki inovasi dan pengembangan kreatifitas serta mampu meningkatkan nilai jual dari suatu produk yaitu batik. Dalam pembuatan tas ini di gambar atau di desain secara digital menggunakan bantuan aplikasi *Ibis Paint X*. Setelah membuat tas ini, penulis memutuskan untuk mendesainnya dengan desain yang simpel dan elegan dengan harapan tas ini tidak hanya dapat digunakan oleh wanita saja, namun juga oleh wanita. Tema dan desain batik “Geblek Renteng” digunakan dalam karya ini. Alasan penulis menjadikan batik Geblek Renteng sebagai inspirasi karena batik tersebut merupakan batik khas Kabupaten Kulon Progo yang merupakan salah satu ikon dari Kulon Progo. Kemunculan motif batik Geblek Renteng di Kulon Progo sebenarnya diciptakan sebagai upaya melestarikan dan mengembangkan seni budaya batik Kulon Progo serta menciptakan ikon baru motif khas Kulon Progo.

Sumber ide yang diambil oleh penulis yaitu batik geblek renteng yang akan dituangkan dalam pembuatan tas wanita motif batik geblek renteng yang dimana batik geblek renteng akan menjadi *highlight* utama dalam pembuatan tas wanita ini. Pada pembuatan tas ini penulis memilih untuk membuat desain tas dengan desain yang simple dan casual sehingga tidak memerlukan banyak pecah pola. Batik tersebut nantinya akan diterapkan pada desain tas bagian strap atau tali, saku, dan bagian bawah tas sehingga unsur batik dapat terlihat sebagai *point of interest* dari suatu produk. Pada pembuatan koleksi tas wanita ini penulis lebih cenderung menggunakan garis lurus yang diterapkan pada desain pembuatan tas. Siluet atau garis lurus dipilih karena memiliki kesan tegas dan longgar sesuai dengan konsep tas yang diinginkan oleh penulis sehingga menghasilkan kesan tegas dan berani. Ukuran yang diterapkan pada pembuatan tas ini adalah ukuran sedang dengan panjang 26 cm lebar 46 cm.

Untuk warna utama dalam desain yang dibuat dalam pembuatan tas wanita ini cenderung menggunakan warna gelap dengan alasan warna gelap memiliki kesan yang kuat dan berani sehingga sesuai dengan gaya pada tas yang dibuat. Warna merah dipilih dikarenakan warna ini sangat identik dengan sifat pemberani, penuh semangat dan penuh gairah dalam mencapai tujuan. Warna ini juga sangat cocok dengan tujuan atau harapan dari penciptaan karya ini yaitu berharap penggunaanya lebih berani serta memiliki semangat yang tinggi dalam mencapai tujuan. Tekstur yang digunakan dalam pembuatan koleksi tas wanita motif Geblek Renteng ini yaitu halus dan kaku. Tekstur halus diperoleh dari kain drill dan kain batik yang digunakan serta tekstur kaku diperoleh dari lapisan busa yang digunakan. Bahan baku utama tas ini adalah kain drill dan batik. Dibandingkan dengan bahan lain yang digunakan untuk membuat seragam, seperti kain, katun, tropis dan lain sebagainya, bahan sangkar termasuk bahan yang tahan lama. Warna kain dikatakan sangat tahan lama. Jika dicuci dan dikeringkan dengan benar, warnanya akan selalu terlihat segar meski digunakan dalam waktu lama. Keunggulan bahan ini yang paling populer adalah tidak mudah kusut. Jadi tidak perlu membersihkan kain dalam pengoperasian sehari-hari. Kain sangkar merupakan kain yang kuat dan tahan lama. Jadi cocok untuk pakaian *outdoor* yang rawan panas.

Hiasan yang diterapkan dalam pembuatan karya ini adalah menggunakan hiasan kantong luar. Kantong dibuat agar orang dapat memasukkan barang ke dalamnya. Dalam proses produksi tas, penulis lebih memilih menggunakan mesin jahit berkecepatan tinggi atau mesin jahit industri. Karena mesin jahit ini mempunyai kecepatan yang tinggi sehingga dapat meningkatkan produktivitas pembuatan tas. Karena mesin jahit high speed memiliki kecepatan tinggi, maka waktu produksi akan menjadi lebih efisien. Dalam produksi massal, mesin jahit high speed dapat menghemat biaya produksi karena waktu produksi yang lebih cepat. Dengan kecepatan dan akurasi mesin jahit *high speed*, maka produk jahitan yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang lebih tinggi. Produk jahitan akan tampak lebih rapi dan tahan lama.

Pada branding produk tas ini penulis menerapkan branding produk melalui online menggunakan aplikasi Instagram, *Whatsapp* serta melalui media offline yaitu dengan cara menawarkan langsung kepada orang - orang terdekat untuk membeli produknya.

Branding Produk Melalui Instagram

Promosi melalui instagram meliputi postingan di *feeds*, *reels*, *story*, dan juga DM Instagram. Dari ketiga postingan tersebut memiliki jangkauan konsumen yang berbeda dimana berdasarkan analisa *insight* instagram postingan *feeds*, *reels* dan *story*, yang memiliki jangkauan paling banyak adalah melalui *story instagram*. Hal tersebut memungkinkan konsumen untuk membalas pesan melalui postingan yang ada di *story instagram* dan lebih cepat terjadi interaksi serta penjualan melalui DM. Potensi keberhasilan branding melalui instagram ini dinilai cukup tinggi dikarenakan instagram memiliki fitur yang cukup lengkap serta mampu menarik perhatian konsumen melalui caption di postingan *feeds*, *story* maupun *reels*. Berdasarkan analisa penulis, instagram masih menjadi media *branding* yang paling kuat diantara media sosial lain dikarenakan *instagram* mampu memberikan fitur *like*, komen, mengirim pesan, serta *follow*. Dengan begitu, konsumen akan lebih mudah mendapatkan interaksi serta memberikan kepercayaan dari konsumen kepada brand atau suatu produk yang ditawarkan.

Branding Produk Melalui WhatsApp

Whatsapp adalah media komunikasi yang dipakai oleh banyak orang pada saat ini. *Whatsapp* memberikan fitur serta kemudahan untuk berkomunikasi menjadi lebih mudah dan lebih dekat. Pemilihan *Whatsapp* sebagai media komunikasi serta media transaksi ini dikarenakan lebih mudah, cepat, efisien dengan berbagai fitur yang disediakan. Fitur ini dapat memudahkan penjual dan pembeli melakukan transaksi dengan aman dan cepat melalui pesan yang disampaikan dari konsumen kepada pelanggan dan sebaliknya.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil pembuatan totebag dengan motif batik *Geblek Renteng* khas Kabupaten Kulon Progo, dapat disimpulkan bahwa proses dimulai dari penentuan konsep desain yang menggabungkan nilai budaya lokal dengan fungsi fesyen modern. Penulis memilih motif *Geblek Renteng* karena merupakan ikon khas Kulon Progo yang mengandung simbol kekayaan budaya dan alam daerah tersebut, serta ingin mengembangkan batik ke dalam produk yang lebih praktis dan menarik, yaitu totebag. Desain dibuat secara digital menggunakan aplikasi Ibis Paint X dengan gaya simpel dan elegan agar dapat digunakan oleh berbagai kalangan. Proses produksi meliputi perancangan desain, pemilihan bahan (batik *Geblek Renteng* dan kain drill), pembuatan pola, penjahitan, dan finishing hingga menghasilkan sepuluh totebag siap pakai. Untuk pemasaran, branding

dilakukan melalui media sosial Instagram, baik melalui akun pribadi maupun akun brand @murraya.id, sebagai upaya mengenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas..

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2023, March 16). *Pengertian Branding Menurut Para Ahli*. Menurut. <https://www.menurut.id/pengertian-branding-menurut-para-ahli> Fanny. (2020, June 21). *Bahan Pelapis Busana* - fesyendesign.com.
- Fesyendesign.com. <https://www.fesyendesign.com/mengenal-bahan-pelapis-busana/>
- Lim jasalogo.id. (2021, October 24). *DESAIN BUSANA: PENGERTIAN HINGGA KONSEP*. <https://jasalogo.id/artikel/desain-busana-pengertian-hingga-konsep/> Jhanuar Pratama. (2018). *Macam-Macam Sumber Ide Yang Dapat Digunakan Sebagai Inspirasi Bisnis*. WisKlik.com | WisKlik Media.
- Kain, B. (2022, May 23). *Mengenal 7 Variasi Model Dan Jenis Saku Pada Pakaian*. Bahankain.com. <https://www.bahankain.com/2022/05/23/mengenal-7-variasi-model-dan-jenis-saku-pada-pakaian>
- Kain, B. (2022, May 23). *Mengenal 7 Variasi Model Dan Jenis Saku Pada Pakaian*. Bahankain.com. <https://www.bahankain.com/2022/05/23/mengenal-7-variasi-model-dan-jenis-saku-pada-pakaian>
- Mokhammad. (2019, August 15). *7+ prinsip desain beserta contoh dan penjelasannya*. HarusPintar.com. <https://www.besarpintar.com/principle-design/>.
- Motif Batiknya. (2019, 15 Januari). *Filosofi dan Sejarah Batik Kulon Progon Geblek Renteng Motif*. Motifbatik.web.id; Blogger. <https://www.motifbatik.web.id/2019/01/filosofi-dan-histori-batik-motif-geblek.html>
- Muchlis riad. (2019, 5 Desember). *Segmentasi pasar (definisi, tujuan, landasan, tahapan dan hambatan)..*
- Penerapan elemen dan prinsip desain pada pakaian*. (2023). 123dok.com. <https://123dok.com/article/penerapan-elemen-dan-princi-desa-pada-jasa.yr34keoy>.
- Pengertian batik tulis, cara pembuatannya dan ciri-ciri batik tulis*. (2019, 7 November). Batik Kotagede <https://batikkotagede.com/batik-tulis/>.