

Batik Anjani sebagai Agen Penggerak Ekonomi dan Pelestari Budaya Lokal di Desa Bumiaji

Rivo Abramovich Manurung^{1*}, Arvi Ferdiansyah², Bagus Aditya Saputra³, Dano Purba⁴

^{1,2,3,4} Universitas Brawijaya, Indonesia

rivobrawijaya@student.ub.ac.id^{1*}, arviferdiansyah@student.ub.ac.id²

Alamat: Jl. Veteran No.10-11, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145

Korespondensi penulis: rivobrawijaya@student.ub.ac.id

Abstract. *This study aims to examine the role of Batik Anjani as an agent of local cultural preservation in Malang City, with a focus on the concept of agency within Anthony Giddens' structuration theory. In this framework, an agent is understood as a social subject capable of acting reflectively and transforming their social environment. Batik Anjani, as a local batik industry actor, demonstrates initiative and awareness in preserving traditional values through production practices, motif selection, the use of natural materials, and community empowerment activities. Using a qualitative approach and case study method, this research analyzes how Batik Anjani actively makes decisions, formulates strategies, and constructs cultural meanings within the context of ever-changing socio-economic dynamics. The findings reveal that Batik Anjani does not merely fulfill an economic role but also acts as a cultural agent contributing to the sustainable preservation and reproduction of local cultural identity.*

Keywords: *Batik, Driving agen, Local Culture*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Batik Anjani sebagai agen pelestarian budaya lokal di Kota Malang dengan menitikberatkan pada konsep agen dalam teori strukturasi Anthony Giddens. Dalam kerangka ini, agen dipahami sebagai subjek sosial yang memiliki kapasitas untuk bertindak secara reflektif dan melakukan transformasi terhadap lingkungan sosialnya. Batik Anjani, sebagai pelaku dalam industri batik lokal, menunjukkan inisiatif dan kesadaran dalam melestarikan nilai-nilai tradisional melalui praktik produksi, pemilihan motif, penggunaan bahan alami, serta aktivitas pemberdayaan masyarakat sekitar. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini menganalisis bagaimana Batik Anjani secara aktif mengambil keputusan, menyusun strategi, dan membentuk makna budaya dalam konteks dinamika sosial ekonomi yang terus berubah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Batik Anjani tidak sekadar menjalankan peran ekonomi, tetapi juga bertindak sebagai agen kultural yang berkontribusi dalam mempertahankan dan mereproduksi identitas budaya lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: Batik, Agen Mengemudi, Budaya Lokal

1. LATAR BELAKANG

Industri batik di Indonesia terus berkembang, tidak hanya sebagai warisan budaya tetapi juga sebagai sektor ekonomi kreatif yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif memberikan sekitar 7,44% menuju kepada PDB nasional, hingga nilai yang cukup tinggi yaitu mencapai Rp 1.100 triliun. Tak hanya itu, sektor ini juga berhasil menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja aktif, yang sebagian besar merupakan dari kalangan generasi muda yang mempunyai keterampilan dan inovasi tinggi (BPS, 2020).

Anjani Batik Galeri, salah satu pengrajin Batik yang bersertifikasi halal sehingga prosesnya terjamin bebas najis dan bahan haram. Batik Bantengan sendiri merupakan hasil

dari gabungan bakat, keterampilan, ketekunan, dan cinta. Anjani Sekar Arum sebagai pemilik galeri Anjani. Dimulai sejak Agustus 2014 dengan mendirikan sanggar dan galeri batik Andaka di Kota Batu, Malang. Anjani juga telah mendesain sendiri motif kain batik Bantengan miliknya. Lokasi Butik tersebut berada di Jl. Nangka RT 02 RW 10, Desa Bumiaji, Kec. Bumiaji, Kota Batu



Gambar 1. Sertifikasi Batik Anjani

Sumber : (Penulis, 2025)

Segala keberhasilan yang dilakukan Anjani juga telah mendapatkan apresiasi serta penghargaan dari berbagai lembaga baik itu instansi maupun swasta. Anjani sendiri setelah menyelesaikan pendidikan di Jurusan Seni dan Desain, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, justru memilih untuk memfokuskan diri pada produksi batik bermotif bantengan. Komitmen ini diwujudkan dengan pendirian sanggar dan galeri batik bernama Andaka pada tahun 2014 yang berlokasi di Alun-Alun Kota Batu. Seiring dengan perkembangan usaha, pada tahun 2018 sanggar tersebut dipindahkan ke Desa Bumiaji. Kegigihan Anjani dalam mengembangkan batik bantengan memperoleh pengakuan, salah satunya dari Dewanti Rumpoko, istri Wali Kota Batu periode 2007–2017, Eddy Rumpoko, yang menetapkan batik bantengan sebagai batik khas Kota Batu (Sholeh, 2023). Temuan ini diperkuat melalui hasil wawancara peneliti di lokasi produksi batik milik Anjani, yang menunjukkan bahwa telah dilakukan berbagai inovasi dalam pengolahan batik, seperti kolaborasi batik dengan bahan *jeans* serta pemanfaatannya pada produk konvensional sehari-hari, seperti tas, sepatu, celana, dan rompi.

Beberapa inovasi yang telah dilakukan Anjani Batik Gallery merupakan salah satu cara mereka dalam menyesuaikan kebutuhan pasar sehingga target penjualan mereka tercapai setiap tahunnya. Kunci pokok dalam melakukan inovasi yaitu kreativitas dalam pemasaran serta kemampuan dalam melakukan perubahan dalam memperluas market pasar

yang dapat meningkatkan penjualan yang berujung pada peningkatan pendapatan perusahaan (Siswati & Alfiansyah, 2020). Tak hanya inovasi terhadap produk batik saja, mereka juga menggunakan platform media dengan baik sebagai alat penjualan sehingga peningkatan penjualan dari batik lebih luas tak hanya di sekitar Kota Batu atau Jawa Timur. Konsumen dari batik di Anjani Batik Galeri sudah merambah hingga Kota Jakarta dan Yogyakarta, pemasaran tersebut juga didukung melalui cara Anjani mendapat keahlian membuat batik (Sholeh, 2023) mengatakan Anjani mendapat keahlian membuat kain batik dari hasil belajar dengan seniman batik di Yogyakarta dan Solo. Selama satu bulan Anjani menekuni ilmu membatik di sana dan dipadukan dengan motif bantengan.

Industri batik di Indonesia sendiri mempunyai perputaran penjualan dan pembelian yang cukup tinggi, sehingga hal tersebut memperlihatkan bahwa batik juga mampu menjadi sebagai wadah pelestarian budaya lokal. dibuktikan pula melalui Organization (UNESCO) pada tahun 2003, memposisikan batik sebagai brand identitas politik bagi Indonesia. Setelah ditetapkan batik sebagai warisan budaya oleh UNESCO, diikuti dengan Keputusan Presiden pada tanggal 2 Oktober 2009 yaitu penetapan Hari Batik Nasional yang menunjukkan apresiasi dan penghargaan terhadap batik sebagai warisan budaya asli Indonesia (Hakim, 2018). Di tengah pesatnya perkembangan sektor ekonomi kreatif, pelaku industri batik memainkan peran penting dalam menjaga keberlanjutan budaya sekaligus menyesuaikan diri dengan dinamika pasar. Dalam konteks ini, studi ini mengadopsi perspektif teori strukturasi Anthony Giddens untuk memahami peran agen dalam mereproduksi struktur sosial dan budaya melalui praktik sehari-hari.

Batik Gallery Anjani yang didirikan oleh Anjani Sekar Arum di Desa Bumiaji, Kota Batu, merupakan contoh nyata dari agensi dalam praktik. Dengan memadukan keterampilan membatik, pemanfaatan motif lokal seperti Bantengan, serta inovasi dalam desain dan pemasaran digital, Anjani tidak hanya mempertahankan nilai tradisional tetapi juga menciptakan struktur baru dalam industri kreatif. Anjani tidak sekadar bertindak sebagai pelaku ekonomi, melainkan sebagai agen perubahan sosial dan kultural.

Dalam kerangka teori strukturasi Anthony Giddens, agen merupakan aktor sosial yang mampu merefleksikan tindakannya, merespons dinamika struktur sosial, dan bahkan mentransformasikannya. Peran Anjani Sekar Arum sebagai pendiri dan penggerak utama galeri dapat dibaca sebagai agen yang tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan usaha, tetapi juga secara sadar mengintegrasikan nilai-nilai budaya dalam praktik produksinya. dapat dipahami pula produksi batik tak hanya difungsikan sebagai aktivitas ekonomi saja, akan tetapi juga sebagai media edukasi budaya melalui wisata edukatif, pelatihan

membatik, dan regenerasi pekerja dari kalangan muda. Dari hal tersebut menjelaskan pula bagaimana banyak sekali fungsi dan seberapa berdampak sebuah batik di Indonesia saat ini, melalui arti yang lebih sempit dapat diartikan juga suatu kegiatan dalam sebuah perjalanan pariwisata. Dimana program tersebut dapat ditentukan oleh minat dari wisatawan itu sendiri. Akan tetapi hal itu juga dapat berdasarkan sumber daya pariwisata yang tersedia. Oleh karena itu, muncul istilah wisata budaya wisata sejarah, wisata alam, wisata edukasi dan jenis wisata lainya. (Putri, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Galeri Batik Anjani sebagai agen mampu mereproduksi dan mentransformasi struktur sosial dan ekonomi lokal melalui praktik budaya dan strategi adaptif. Dengan pendekatan kualitatif Deskriptif, penelitian ini akan mengungkap dinamika agensi yang dilakukan oleh pelaku usaha batik dalam menghadapi tantangan pasar sekaligus menjaga eksistensi nilai-nilai lokal. Permasalahan yang dihadapi industri batik di Indonesia muncul seiring perkembangan industri batik. Permasalahan terbesar muncul karena keterbatasan sumber daya manusia. Dalam industri batik dibutuhkan tenaga kerja yang berkualitas dan terampil. Sedangkan SDM yang memiliki skill dan kemampuan desain sangat sedikit (Oktyajati, 2023)

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Agen dalam Teori Strukturasi Anthony Giddens

Anthony Giddens adalah salah satu sosiolog kontemporer yang mengembangkan *Theory of Structuration* sebagai tanggapan terhadap dikotomi antara *struktur* dan *agen* dalam ilmu sosial. Sebelum Giddens, struktur dan agen sering dipandang terpisah. Kaum strukturalis cenderung menekankan dominasi struktur sosial dalam menentukan tindakan individu, sementara pendekatan agensi justru memandang individu sebagai aktor otonom yang bebas dari kendala sosial. Giddens (1984) memperkenalkan konsep strukturasi untuk menggabungkan kedua pendekatan ini. Giddens menyatakan bahwa struktur dan agen saling membentuk secara timbal balik melalui apa yang disebut sebagai *duality of structure*. Struktur tidak hanya membatasi tindakan manusia, tetapi juga dimungkinkan dan direproduksi oleh tindakan tersebut. Dalam kerangka ini, *agen* bukanlah individu yang sepenuhnya bebas, tetapi aktor sosial yang mampu merefleksikan, menilai, dan mengubah struktur melalui praktik sosial mereka. Menurut Giddens, agen adalah individu atau kelompok yang memiliki *refleksivitas* kemampuan untuk memikirkan kembali tindakan mereka dan bertindak secara sadar dalam dunia

sosial. Agen tidak hanya menjalankan peran yang telah ditentukan, tetapi dapat pula menjadi sumber perubahan sosial melalui praktik yang terus menerus (Giddens, 1984),

Menurut Dr. Argyo Demartoto, M.Si (2013), teori strukturasi menekankan pada bagaimana individu sebagai agen menciptakan dan mempertahankan struktur sosial melalui tindakan-tindakan mereka. Aktivitas manusia yang tampak teratur sebenarnya bukan hasil dari individu secara terpisah, melainkan hasil dari tindakan yang terus dilakukan dan diulang oleh mereka sebagai bentuk ekspresi diri. Melalui tindakan tersebut, agen turut menciptakan kondisi yang memungkinkan keberlangsungan aktivitas itu sendiri. Saat seseorang dapat dikatakan sebagai figur kunci melalui ekspektasi sosial dan praktik bersama, serta telah mempelajari dan menghayati nilai dan aturan sosial, maka individu tersebut akan bertindak sesuai dengan aturan tersebut dan sekaligus memperkuat keberlakuannya. Aturan-aturan ini kemudian menjadi kendala sosial yang dilembagakan dalam masyarakat, meskipun pada kondisi-kondisi tertentu kekuasaan tetap dapat terlihat dan melampaui batasan-batasan yang mereka bentuk sendiri pada diri mereka.

Kesinambungan Konsep Agen dengan Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, konsep agen dari Giddens digunakan untuk memahami bagaimana Batik Gallery Anjani, khususnya melalui sosok pendirinya Anjani Sekar Arum, berperan sebagai agen sosial yang aktif dalam merekonstruksi struktur ekonomi dan budaya lokal di Desa Bumiaji. Tindakan-tindakan seperti inovasi produk batik, edukasi masyarakat tentang budaya Bantengan, pemberdayaan tenaga kerja lokal, hingga strategi pemasaran digital mencerminkan praktik agensi yang dilakukan secara reflektif dan berkesinambungan. Sebagai agen, Anjani tidak hanya menjalankan praktik ekonomi untuk kepentingan komersial, tetapi juga menanamkan makna budaya dalam setiap aktivitas produksinya, seperti penggunaan motif lokal dan pengelolaan wisata edukatif. Ia secara sadar menanggapi dinamika pasar dengan inovasi yang tetap berpijak pada nilai-nilai lokal, sebuah bentuk refleksivitas agen yang sangat ditekankan oleh Giddens.

Selain itu, kemampuan Anjani dalam berelasi dengan institusi-institusi seperti pemerintah kota, dinas pariwisata, dan yayasan pendidikan, juga menunjukkan bagaimana agen dapat mengakses dan mengelola struktur kekuasaan untuk memperkuat posisinya serta memperluas dampaknya dalam masyarakat. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berupaya menunjukkan bahwa keberhasilan Batik Anjani bukan semata-mata hasil dari

strategi bisnis, melainkan produk dari agensi sosial yang sadar, adaptif, dan inovatif. Dengan menggunakan teori strukturasi, studi ini dapat menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana praktek keseharian Batik Anjani mampu mereproduksi sekaligus mentransformasi struktur sosial dan budaya di tingkat lokal.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif, Penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan terjadinya suatu masalah secara akurat dan sistematis (Creswell, 2016). Dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti bisa mendapatkan data dan informasi yang rinci dan jelas dari informan, kemudian data dan informasi dari informan dapat dijabarkan atau dideskripsikan supaya lebih memperjelas data yang diperoleh oleh peneliti. Peneliti juga dapat memberikan penjelasan atau mendeskripsikan mengenai sikap, cara berpikir, dan tindakan yang dilakukan oleh informan selama proses pengumpulan data berlangsung. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pengalaman, persepsi, dan makna yang diberikan oleh masyarakat terhadap inovasi yang dilakukan oleh Batik Gallery Anjani di Desa Bumiaji. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lain-lain (Ariani et al., 2024). dengan penelitian ini yang menjadi alasan peneliti mengapa menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman peneliti dimana metode ini dapat menemukan dan memahami apa yang ada dibalik fenomena yang kadang kala merupakan suatu yang cukup sulit untuk dipahami.

Pendekatan kualitatif deskriptif relevan dengan rumusan masalah penelitian ini, yang berfokus pada dinamika penjualan dan inovasi produk Batik Bantengan. Dengan metode ini, penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana inovasi mempengaruhi keberlanjutan industri batik, serta bagaimana para aktor sosial beradaptasi terhadap perubahan pasar dan mempertahankan nilai budaya lokal Batik Bantengan di Desa Bumiaji. Relevansi pendekatan ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa Anjani Batik Galeri telah menerapkan berbagai strategi adaptasi untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya, seperti inovasi produk dan strategi pemasaran melalui media sosial. Selain itu, keterlibatan Anjani Sekar Arum dalam melestarikan budaya Bantengan melalui batik, termasuk dalam program edukasi dan kerja sama dengan instansi pemerintah, semakin menegaskan pentingnya pendekatan deskriptif untuk menggali dinamika ini secara mendalam. sedangkan menurut Kaewareelap (2019) UMKM industri batik di Indonesia mayoritas

masih melaksanakan proses dengan cara tradisional sehingga kurang menarik bagi generasi muda. Dalam skala penelitian sudah banyak ditemukan inovasi dalam hal modernisasi batik

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan berbagai teknik pengumpulan data untuk menggali informasi secara mendalam. Wawancara mendalam dilaksanakan pada minggu keempat hingga kelima dengan melibatkan tiga kelompok informan utama, yaitu pemilik galeri (Anjani Sekar Arum), karyawan galeri, dan pelanggan. Meskipun jumlah informan tidak disebutkan secara spesifik dalam dokumen, fokus pada ketiga aktor utama ini menunjukkan penggunaan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan yang relevan dan memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Observasi lapangan dilakukan sejak minggu ketiga, diawali dengan pengenalan lokasi dan pelaku utama. Observasi ini berlanjut hingga minggu kelima, di mana peneliti juga melakukan dokumentasi berupa foto dan video terkait proses produksi serta kegiatan dalam galeri. Durasi observasi aktif setidaknya berlangsung selama tiga minggu.

Kriteria seleksi informan mencakup keterlibatan langsung dalam proses produksi dan pemasaran batik, serta pengalaman dalam mengelola atau berinteraksi dengan Batik Gallery Anjani. Peneliti juga memanfaatkan alat bantu seperti pohon masalah, social mapping, dan kalender musim untuk memperdalam pemahaman terhadap dinamika sosial, tantangan lingkungan sekitar, serta pengaruh musim terhadap produksi dan penjualan.

Dalam uji keabsahan data pada penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Tujuan dari triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif (Mekarisce, 2020). Adanya uji keabsahan data, data yang valid adalah data yang sama dan berkaitan antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang sesuai dengan objek peneliti secara realita. Dalam menguji keabsahan data, peneliti akan melakukan triangulasi data. Triangulasi adalah teknik dengan melakukan pengecekan data berdasarkan beberapa sumber dengan berbagai metode dan waktu. Adapun triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan menguji data dengan cara mengecek data yang diperoleh oleh peneliti dari beberapa informan dengan menderajatkan data. Selain itu triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dengan beberapa sumber dokumen.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola, tema, dan kategori dari data kualitatif yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penarikan tema dilakukan berdasarkan narasi informan serta

hasil pengamatan terhadap praktik strukturasi yang dilakukan oleh galeri. Analisis ini mengintegrasikan pendekatan teoritis dari strukturasi milik Anthony Giddens, untuk menilai bagaimana Galeri batik Anjani berperan sebagai agen dalam mereproduksi dan mengubah struktur sosial dan ekonomi lokal.

Sebagaimana lazim pada pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, keterbatasan utama dari penelitian ini adalah keterbatasan generalisasi temuan. Hasil yang diperoleh dari Batik Gallery Anjani di Desa Bumiaji tidak dapat secara langsung digeneralisasi untuk seluruh pelaku industri batik di Indonesia karena konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang sangat khas. Selain itu, jumlah partisipan wawancara yang terbatas dan fokus pada satu lokasi studi juga menjadi faktor yang membatasi keberlakuan eksternal hasil penelitian. Walaupun demikian, pendekatan ini tetap memberikan kedalaman pemahaman yang kaya terhadap dinamika lokal dan praktik inovasi sosial dalam konteks pelestarian budaya dan ekonomi kreatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menggunakan kerangka konsep agen dari Giddens, kasus Batik Gallery Anjani di Desa Bumiaji, Kota Batu, dapat dilihat sebagai contoh nyata bagaimana individu (Anjani Sekar Arum) berperan sebagai agen dalam mereproduksi dan mengubah struktur sosial dan ekonomi lokal. Anjani Sekar Arum tidak hanya bertindak sebagai pengrajin batik, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang aktif membentuk praktik baru dalam dunia industri kreatif di Batu. Ia memanfaatkan *refleksivitas* dalam menanggapi penurunan pasar batik konvensional dengan menciptakan inovasi produk seperti batik-jeans, waist bag batik, hingga hoodie batik.

Tindakan ini tidak hanya bertujuan komersial, tetapi juga bagian dari upaya melestarikan budaya lokal melalui motif *Bantengan*, yang kemudian dijadikan simbol khas daerah oleh pemerintah kota. Kesenian bantengan sendiri merupakan kebudayaan asli Jawa Timur, khususnya Kabupaten Pasuruan. Kebudayaan ini tumbuh dan berkembang di wilayah kaki gunung Arjuno Welirang, Penanggungan, Kawi, Raung Argopuro. Tidak hanya di Kabupaten Pasuruan, kesenian bantengan ini juga berkembang di daerah Malang, Batu, Mojokerto dan Lumajang yang kebetulan juga berada pada wilayah kaki gunung Arjuno Welirang, Penanggungan. (Irawan, 2021)

Sebagai agen, Anjani juga mereproduksi struktur sosial dengan melibatkan masyarakat sekitar dalam produksi dan edukasi batik. Meskipun pada tahun-tahun terakhir mengalami pergeseran dalam rekrutmen pekerja (dari warga lokal ke anak

magang karena perbedaan *mindset*), strategi ini menunjukkan bahwa agen tidak hanya dipengaruhi oleh struktur (ketersediaan tenaga kerja dan nilai budaya lokal), tetapi juga mampu menyesuaikan tindakan untuk mempertahankan keberlangsungan praktik sosial mereka.

Kemudian peran Anjani dalam bekerja sama dengan instansi seperti DISPARTA dan Yayasan Pendidikan Astra juga menunjukkan bagaimana agen dapat memperluas jaringan relasi sosial untuk mengakses sumber daya dan memperkuat posisi mereka dalam struktur ekonomi kreatif. Tindakan ini mencerminkan kemampuan agen untuk *beradaptasi dan merekonstruksi struktur* guna mencapai tujuan tertentu (*goal attainment*).

Batik Anjani sebagai Agen Ekonomi Lokal

Batik Gallery Anjani menunjukkan peran aktif sebagai agen ekonomi lokal di Desa Bumiaji, Kota Batu. Sejak berdiri pada tahun 2014, galeri ini telah menjadi produsen batik khas bermotif *Bantengan* seni tradisional yang menjadi ikon Kota Batu. Galeri ini tidak hanya memproduksi batik sebagai produk estetika, tetapi juga mengembangkan fungsi ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, produksi barang kreatif, dan jejaring pemasaran hingga ke luar kota.

Dalam wawancara lapangan, Firman salah satu pengelola galeri menjelaskan bahwa sistem penjualan mengandalkan pemesanan langsung (*by order*) dan distribusi terbatas ke kota-kota besar seperti Surabaya dan Jakarta. Penjualan dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta WhatsApp sebagai kanal transaksi utama. Strategi ini mencerminkan reflektivitas agen sebagaimana dijelaskan oleh Giddens (1984), yakni kemampuan agen untuk menyesuaikan diri terhadap struktur pasar melalui tindakan yang terencana dan adaptif.

Namun demikian, terdapat tantangan dari sisi pasar lokal. Konsumen dari wilayah Batu sendiri dinilai kurang responsif terhadap harga dan produk yang ditawarkan. Firman menyebutkan bahwa harga produk seperti jaket batik berkisar antara Rp450.000–Rp500.000, yang dianggap tidak terjangkau oleh masyarakat lokal. Oleh karena itu, strategi pemasaran lebih difokuskan pada audiens luar daerah yang memiliki daya beli lebih tinggi.

Batik Anjani sebagai Agen Pelestari Budaya

Sebagai pelestari budaya, Batik Anjani memiliki kontribusi signifikan dalam mempertahankan warisan lokal melalui media tekstil. Motif *Bantengan* yang digunakan bukan sekadar desain, melainkan representasi simbolik dari identitas budaya masyarakat

Batu. Motif ini telah ditetapkan sebagai batik khas Kota Batu oleh pemerintah setempat, dan bahkan dijadikan seragam resmi pegawai Pemkot Batu selama masa kepemimpinan Wali Kota Dewanti Rumpoko.

Selain aspek visual dan simbolik, pelestarian budaya juga dilakukan melalui kegiatan edukatif. Sejak tahun 2020, Batik Anjani menjalankan program wisata edukasi membatik, yang menjadi inovasi untuk menarik kembali minat pasar serta membangun kesadaran budaya, khususnya di kalangan generasi muda. Aktivitas ini menggabungkan pengalaman budaya dengan kegiatan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. menurut Irawati (2024) “Kini paket wisata membatik beserta kuliner yang kami siapkan, cukup membantu mengisi waktu-waktu kosong usaha yang memang tak sebagus dulu. Sekarang kita tidak bisa hanya bergantung pada pendapatan produksi kain batik saja. Namun harus terus berinovasi membuat pakaian batik, hingga membuat paket wisata membatik”.

Penting pula dicatat bahwa regenerasi tenaga kerja juga menjadi strategi pelestarian nilai budaya. Meskipun awalnya mempekerjakan warga lokal berusia 40–50 tahun, pada 2023 galeri ini mulai beralih ke anak-anak magang karena perbedaan pola pikir yang lebih adaptif terhadap dinamika kerja kreatif. Perubahan ini menggambarkan kapasitas agen dalam mentransformasikan struktur sosial internal, sebagaimana dijelaskan oleh Giddens dalam konsep *duality of structure*. menurut Anam (2025) konsep *duality* tidak memisahkan antara struktur dan agensi. Itu artinya, setiap perubahan dalam struktur akan mempengaruhi agensi, dan demikian pula sebaliknya. Dualitas ini merujuk pada hubungan timbal balik yang ada antara agen individu dan struktur-struktur yang mempengaruhi tindakan mereka.

Agensi dan Tantangan Struktural

Batik Anjani tidak beroperasi dalam ruang sosial yang netral. Tantangan-tantangan seperti penjiplakan motif oleh kompetitor, perubahan orientasi konsumen, serta perubahan kepemimpinan politik di tingkat kota mempengaruhi kelangsungan usaha. Meski begitu, tantangan besar dalam pelestarian batik di era modern adalah menjaga relevansinya di tengah generasi muda, yang cenderung menganggap batik sebagai sesuatu yang kaku dan hanya cocok untuk acara formal seperti pernikahan, upacara adat, atau seragam kerja (Wening & Kusumadewi, 2023) hal itu juga yang membuktikan adanya tantangan berat dalam menjalankan gallery batik di tengah perkembangan teknologi yang cukup pesat mempengaruhi minat konsumen pemuda terhadap batik itu sendiri.

Hal tersebut juga dapat dilihat melalui Nazril (2024) menyatakan kepemimpinan politik melibatkan seseorang yang memimpin dalam konteks politik dengan mengatur,

mengarahkan, mengorganisir, atau mengontrol usaha orang lain melalui atribut yang dimilikinya atau menggunakan *prestise*, kekuasaan, atau posisi. Firman (Pengelola Galeri) menyebut bahwa reputasi walikota sangat memengaruhi permintaan dari instansi pemerintah. Ketika struktur kekuasaan berubah, relasi bisnis pun mengalami pergeseran, menunjukkan bahwa tindakan agen selalu berada dalam ketegangan dengan struktur yang dinamis.

Dalam konteks ini, tindakan Batik Anjani sebagai agen bukanlah bentuk kebebasan absolut, melainkan strategi reflektif untuk merespons, mereproduksi, dan dalam beberapa aspek merekonstruksi kondisi struktural. Misalnya, meskipun Shopee sebagai platform *e-commerce* tersedia, galeri memilih untuk tidak menggunakannya karena sistem administrasi yang dirasa menyulitkan. Sebagai gantinya, mereka memanfaatkan privilege simbolik sebagai ikon budaya lokal, lalu mengaktifkannya kembali melalui media sosial dan pemasaran personal

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Batik Gallery Anjani memainkan peran penting sebagai agen penggerak ekonomi sekaligus pelestari budaya lokal di Desa Bumiaji, Kota Batu. Dalam perspektif teori strukturasi Anthony Giddens, peran tersebut mencerminkan agensi sosial yang reflektif dan adaptif, di mana Anjani Sekar Arum sebagai pendiri galeri tidak hanya menyesuaikan diri dengan struktur sosial dan ekonomi yang ada, tetapi juga secara aktif mereproduksi dan mentransformasikannya. Secara ekonomi, Batik Anjani berhasil mempertahankan keberlanjutan usaha melalui inovasi produk, strategi pemasaran digital melalui media sosial, serta pemanfaatan jaringan relasi dengan pihak eksternal seperti dinas pemerintahan dan komunitas budaya. Meskipun pasar lokal belum sepenuhnya responsif, terutama karena keterbatasan daya beli masyarakat sekitar, galeri ini mampu menargetkan konsumen luar daerah seperti Jakarta dan Surabaya yang lebih potensial. Hal ini menunjukkan kemampuan agen dalam merespon dinamika pasar secara reflektif dan strategis.

Di sisi lain, dari aspek kebudayaan, Batik Anjani telah mengambil peran penting dalam pelestarian nilai-nilai lokal melalui penggunaan motif Bantengan yang khas, kegiatan wisata edukatif membatik, serta pelibatan tenaga kerja muda dalam proses produksi. Strategi regenerasi pekerja dari warga lokal ke generasi muda melalui program magang menunjukkan kapasitas agen dalam membentuk struktur sosial baru yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Selain itu, kerja sama yang dibangun dengan

pemerintah daerah dan lembaga swasta seperti Yayasan Pendidikan Astra menjadi bukti bahwa Batik Anjani tidak hanya aktif sebagai pelaku ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai simpul budaya yang memperkuat identitas lokal Kota Batu. Melalui hal tersebut dapat dilihat bahwa pariwisata merupakan hal yang sangat berpotensi besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Namun, walaupun memberikan dampak yang bagi ekonomi tentunya pariwisata memiliki dampak (Adiwidjaja, 2024)

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku usaha batik lainnya dapat mengadopsi pendekatan reflektif dan inovatif seperti yang dilakukan oleh Batik Anjani, terutama dalam hal integrasi antara nilai budaya dan strategi pasar. Pemerintah daerah juga diharapkan dapat memberikan dukungan yang berkelanjutan, baik dalam bentuk pelatihan, promosi, maupun insentif kebijakan yang berpihak pada pelaku usaha kecil dan menengah berbasis budaya lokal. Keberpihakan ini penting agar pelaku ekonomi kreatif tidak hanya bertahan secara mandiri, tetapi juga berkembang dalam ekosistem yang suportif. Selain itu, untuk memperkaya pemahaman akademik, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah studi atau melakukan studi perbandingan dengan galeri batik lain di daerah berbeda, guna mengeksplorasi praktik agensi dalam konteks sosial budaya yang lebih beragam. Dengan demikian, kontribusi pelaku industri seperti Batik Anjani dapat menjadi inspirasi dalam membangun ekonomi kreatif yang berbasis pada pelestarian budaya lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Adiwidjaja, I. (2024). Strategi pemerintah Kota Batu dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. *Journal of Administration & Development*.
- Anam, R. K. (2025). Anthony Giddens's structuration theory and relevance with sociology of knowledge. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5151645>
- Ariani, M., Hadiyatno, D., & Anam, H. H. (2024). *Metodologi penelitian: Langkah mudah menulis skripsi dan tesis*. Pt. Rajagrafindo Persada-Rajawali Pers.
- BPS. (2020). *Statistik ekonomi kreatif*. <https://bps.go.id>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Demartoto, A. (2013). Teori strukturasi dari Anthony Giddens. <https://argyo.staff.uns.ac.id/2013/02/05/teori-strukturasi-dari-anthony-giddens/>
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: The outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.

- Hakim, L. M. (2018). Batik sebagai warisan budaya bangsa dan nation brand Indonesia. *Journal of International Studies*, 1. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/nsjis/article/download/90/42/108>
- Irawan. (2021). Upaya pelestarian kesenian Bantengan di wilayah Prigen Kabupaten Pasuruan (Dalam perspektif tindakan sosial Max Weber). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.17977/um063v1i5p547-557>
- Irawati. (2024). Anjani, peramu batik Banteng Kota Batu. *Kompas.id*.
- Kaewareelap, P. (2021). Modernizing batik clothes for community enterprises using creative design and colorimetry. *Emerging Science Journal*, 5(6), 906–915. <https://doi.org/10.28991/esj-2021-01319>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nazril, M. M. (2024). Suksesti kepemimpinan politik di negara demokrasi: Mekanisme, tantangan, dan implikasinya. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik dan Hukum Indonesia*. <https://doi.org/10.62383/amandemen.v1i3.268>
- Oktyajati, N. (2023). Pelestarian warisan budaya batik Indonesia melalui workshop dan seminar pertukaran budaya dari empat negara Asia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Putri, S. I. (2019). Pelestarian batik melalui wisata edukasi berbasis budaya visual Nusantara di wilayah Kediri. *Seminar Nasional Seni dan Desain*.
- Sholeh. (2023). Mengenal Anjani, sosok pencetus Batik Banteng khas Kota Batu. *Ketik.co.id*. <https://ketik.co.id/berita/mengenal-anjani-sosok-pencetus-batik-banteng-khas-kota-batu>
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan bersaing UMKM kuliner berbasis inovasi (Studi pada UMKM Keripik Samiler Kasper di Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Surta, A. (2023). Batik Bantengan, budaya lokal yang mendunia lewat tangan Anjani Sekar Arum. *Viva.co.id*. <https://www.viva.co.id/>
- Turama, A. R. (2020). Formulasi teori fungsionalisme struktural Talcott Parsons. *Eufoni: Journal of Language, Literary and Cultural Studies*, 2(1), 58–69.
- UNESCO. (2009). *Warisan budaya tak benda kemanusiaan: Indonesian batik*. <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170>
- Wening, S., & Kusumadewi, P. D. A. (2023). Tren berkain Generasi Z: Peluang pengembangan industri kreatif bidang busana. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 18(1)