



Pelatihan Peningkatan Competitive Advantage Tenun Troso Jepara Melalui Wirausaha dan Pelestarian Warisan Budaya Lokal

Tri Wahyuni

Pendidikan Masyarakat, Universitas Pendidikan Mandalika.

Email corresponding: triwahyuni@undikma.ac.id

Abstract (English)

One of the results of cultural diversity is traditional weaving. Traditional weaving in each region in Indonesia has its own motifs and characteristics. Jepara Troso weaving is produced by several communities around without the help of machines, but using traditional looms. Jepara Troso weaving is widely enjoyed by the community in the form of suits such as scarves and sarongs, motifs vary according to consumer tastes, and semi-finished materials can be made into clothes that are combined with Jepara Troso motifs. To start this business, we will turn on our products periodically and continuously increase our competitive advantage. Because our products are quite unique products, it is better for this business to continue to be developed as one of the programs to eradicate unemployment and develop a love for Jepara traditional fabrics, of course we determine the price by calculating the total cost and operational costs. The marketing we aim for is direct sales and e-commerce where all marketing we do directly and through social media so that the target market for our products can be in the global market and generate large turnover and be able to compete on the advantages of Jepara Troso traditional woven products.

Article History

Received: 28-06-25

Reviewed: 29-06-25

Published: 30-06-25

Key Words

Competitive Advantage,
Woven Fabric, Creativity,
Preservation,
Entrepreneurship

Abstrak (Indonesia)

Salah satu hasil dari ragam budaya adalah tenun tradisional. Ternun tradisional di setiap daerah di Indonesia memiliki motif dan kekhasan tersendiri. Tenun Troso Jepara di produksi oleh beberapa masyarakat di sekitar tanpa alat bantu mesin, melainkan menggunakan alat tenun tradisional. Tenun Troso Jepara banyak dinikmati oleh masyarakat dalam bentuk stelan berupa selendang dan sarung, motif bervariasi sesuai dengan selera konsumen, dan bahan setengah jadi dapat dibuat menjadi pakaian yang dikombinasikan motif Troso Jepara. Untuk keberlanjutan usaha ini kami akan mengevaluasi produk-produk kami secara berkala dan meningkatkan keunggulan bersaing terus menerus. Karena produk kami termasuk produk yang cukup unik sudah sebaiknya usaha ini terus dikembangkan sebagai salah satu program pengentasan pengangguran dan mengembangkan kecintaan terhadap kain tradisional Jepara, tentunya kami menentukan harga dengan menghitung total *cost* dan biaya operasionalnya. Pemasaran yang kami tuju adalah *direct selling* dan *e-commerce* dimana seluruh pemasaran yang kami lakukan secara langsung dan melalui media social sehingga target market produk kami bisa berada pada pasar global dan menghasilkan omzet besar dan mampu bersaing atas keunggulan produk tenun tradisional Troso Jepara.

Sejarah Artikel

Diterima: 28-06-25

Direview: 29-06-25

Disetujui: 30-06-25

Kata Kunci

Competitive
Advantage, Kain Tenun,
Kreatifitas, Pelestarian,
Kewirausahaan

How to Cite: Wahyuni, T. (2025). Pelatihan Peningkatan Competitive Advantage Tenun Troso Jepara Melalui Wirausaha dan Pelestarian Warisan Budaya Lokal. *Jurnal Dedikasi Mandalika*, 4(1). doi: <https://doi.org/10.33394/jdm.v4i1.16880>



Pendahuluan

Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara adalah sentra kerajinan Tenun Troso Jepara yang merupakan produk unggulan Kabupaten Jepara setelah industri mebel dan pariwisatanya. Desa ini terletak sekitar 15 Km arah Tenggara Kota Jepara. Tenun troso Jepara ini diproduksi oleh masyarakat sekitar sendiri tanpa alat bantu mesin. Motif khas yang bernuansa etnis, tradisional, klasik, dan unik pun masih dipertahankan pada kain tenun troso disamping motif kontemporer modern.

Indonesia yang memiliki banyak sekali ragam kain tradisional sepertinya belum sepenuhnya diketahui oleh masyarakatnya. Seperti halnya tenun troso Jepara ini yang belum banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia. Walaupun sudah ada pergerakan "I LOVE PRODUCT INDONESIA". Namun kecintaannya terhadap budaya tradisional tak sebesar dengan kecintaan terhadap budaya-budaya luar negeri dan umumnya masyarakat hanya mengenal batik sebagai simbolis budaya Indonesia. Selain itu untuk merambah pasar internasional saat ini para pengusaha masih mengandalkan pintu pasar Bali dan beberapa kota seperti Jogjakarta, Jakarta, Solo dan Pekalongan. Bahkan sebagian besar produk Tenun Ikat Bali yang diekpor adalah buah tangan masyarakat Desa Troso. Memperhatikan kurangnya promosi kain tenun troso Jepara selama ini mendasari untuk membuka usaha dalam bidang fashion dan aksesoris yang berbahan baku kain tenun troso Jepara. Hal ini melihat daya komsumtif masyarakat sekarang yang semakin tinggi terutama pada dunia fashion dan aksesoris.

Peran serta peningkatan teknologi produksi dan finishing Tenun Troso juga terus dilakukan, dengan disertai pemantapan program Bapak angkat dan kemitraan melalui peran serta koperasi Kerajinan Industri Rakyat yang tergabung dalam kelompok Perajin Sentra Tenun Ikat Desa "Troso" Pecangaan, Jepara. Tentunya ini adalah peluang emas bagi kami dalam mendapatkan mitra untuk keberlanjutan usaha kami.

Adapun tujuan penting dari pelatihan ini:

1. Membuka lapangan kerja baru yang melibatkan mahasiswa untuk berwirausaha
2. Membantu membudidayakan kain tenun tradisional dalam perkembangan globalisasi
3. Membangun jiwa kewirausahaan mahasiswa serta membuat bidang usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan
4. Luaran produk fashion dan aksesoris dengan merk Kunsora (Kain Tenun Troso Jepara) yang mampu berkelanjutan kedepannya dan mampu menciptakan kreasi-kreasi yang lebih inovatif dari kain tenun troso, sehingga mampu bersaing dalam pasar global dan menjadi sumber penghasilan yang cukup menjanjikan.

Metode Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengembangan produk tenun Troso Jepara dirancang melalui tahapan yang sistematis dan terpadu, dimulai dari persiapan alat dan bahan, proses produksi, hingga strategi pelayanan dan pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Dilanjutkan dengan evaluasi berkala untuk meningkatkan daya saing, kualitas produk, serta inovasi usaha secara berkelanjutan. Lebih rinci dideskripsikan dibawah ini:

1. Penyampaian Materi

Penyampaian materi dilakukan secara bertahap melalui kombinasi antara metode ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi kelompok, serta praktik mandiri. Pada tahap awal, fasilitator memberikan pemaparan materi dasar terkait sejarah dan filosofi tenun



Troso, teknik dasar menenun, serta pentingnya inovasi dalam pengembangan desain motif. Materi disampaikan dengan menggunakan media visual seperti slide presentasi, katalog motif, serta video tutorial untuk mendukung pemahaman peserta. Setelah penyampaian teori, peserta diarahkan untuk mengamati proses pembuatan motif melalui demonstrasi langsung oleh narasumber ahli. Selanjutnya, peserta dilibatkan dalam kegiatan diskusi dan tanya jawab sebagai bentuk refleksi terhadap materi yang telah diberikan.

2. Menyiapkan Peralatan dan bahan

Satu set alat tenun komplit yang terbuat dari papan dan broti, gunting, sisir rambut untuk menyisir benang, alat putar benang, alat menyusun benang, benang 100 sutra dan semi sutra sebagai bahan dasar kain tenun, benang gatif yang sudah memiliki motif, benang bordir merek sinar mas kwalias super

3. Proses Produksi

- a. Desain yang sudah dirancangkan digambarkan pada kertas gambar yang selanjutnya diberikan kepada karyawan bagian pembuatan pola produk.
- b. Setelah pola produk dibuat pada kertas pola tahap selanjutnya adalah mempersiapkan bahan baku dan peralatan yang diperlukan
- c. Selanjutnya bahan utama (kain tenun troso) dipotong sesuai pola yang telah dibuat. Untuk produk khusus tas dan dompet dibuatkan dasaran (dalaman) juga.
- d. Baru tahap berikutnya yakni menjahit pola-pola kain yang sudah dipotong tadi sesuai desain yang telah dibuat
- e. Tahap terakhir adalah finishing produk yakni dengan memberikan pernak-pernik pada produk (khusus tas dan dompet) dan tidak lupa pengecekan kelayakan produk.

4. Proses Pelayanan / Penjualan

Segmentasi Segmen sasaran usaha ini adalah seluruh masyarakat suku Karo dan masyarakat umum lainnya di Indonesia

5. Teknik pelayanan

- a. Calon konsumen terlebih dahulu melihat katalog yang kami sediakan di outlet maupun di online shop, kemudian kami selaku pelayan akan memberikan harga dan rincian detail dari produk yang dipilih seperti pada desain dan motif.
- b. Untuk pembelian secara khusus calon konsumen akan memperoleh pelayanan secara customize yakni dapat membuat motif dan desain sesuai dengan keinginan.

6. Tahap Pemasaran

a. Pasar Lokal

Dalam lokal market kami melakukan penjualan secara langsung maupun personal selling kepada pelanggan yang datang ke toko kami maupun usaha kami memperkenalkan produk baru kami dari mulut ke mulut. Selain itu kami juga melakukan promosi produk dengan melibatkan para mitra kerja.

b. Pasar Regional

Melihat semakin besarnya target pasar yang dimasuki kami melakukan pemasaran dengan cara mengikuti pameran-pameran, public relation, penyebaran brosur dan online shop.

c. Pasar Global

Teknik yang kami gunakan dalam tahap pemasaran pasar global adalah melalui e-commerce yakni dengan pembuatan website dan blogspot, hal ini agar masyarakat secara global dapat mengakses produk kami.



7. Tahap Evaluasi

Tahap di lakukan secara berkala setiap bulannya bermaksud agar usaha mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya dan lebih inovatif dalam menciptakan produk baru.

Hasil dan Pembahasan Pengabdian

Penyampaian materi dalam kegiatan pelatihan pengembangan desain motif kain tenun Troso dilaksanakan secara bertahap dan terstruktur guna memaksimalkan pemahaman peserta. Materi disampaikan melalui pendekatan ceramah interaktif yang disertai media visual seperti presentasi, contoh motif, dan video proses pembuatan tenun. Fasilitator berhasil menciptakan suasana pelatihan yang komunikatif dan partisipatif, sehingga warga belajar dapat mengikuti materi dengan antusias dan mudah memahami konsep yang disampaikan.



Gambar 1: Penyampaian Materi

Berdasarkan observasi, peserta menunjukkan ketertarikan tinggi ketika materi dikaitkan langsung dengan pengalaman mereka sehari-hari sebagai perajin. Selain itu, sesi demonstrasi praktik secara langsung terbukti efektif dalam membantu peserta memahami teknik desain dan penyusunan motif tenun secara konkret. Kegiatan diskusi dan tanya jawab yang menyertai penyampaian materi juga memperkuat interaksi dua arah antara fasilitator dan peserta, sesuai dengan temuan Kurniawan (2020) bahwa model pelatihan berbasis praktik dan kontekstual mendorong peningkatan keterlibatan serta retensi keterampilan peserta secara signifikan.



Gambar 2: Poto Bersama Saat Usai Praktik



Produk yang akan segera dirilis adalah hasil kerajinan khas Jepara, yaitu tenun Troso, yang dikembangkan dalam bentuk sarung dan selendang dengan variasi motif yang beragam dan penuh nilai estetika. Motif-motif tersebut tidak hanya mencerminkan kekayaan budaya lokal, tetapi juga memiliki daya tarik visual yang tinggi sehingga sangat potensial untuk dikembangkan dalam dunia fashion modern. Tenun Troso ini dirancang agar mudah dikombinasikan dengan berbagai gaya busana kontemporer, baik untuk pakaian pria maupun wanita, seperti atasan, rok, outerwear, bahkan aksesoris fesyen lainnya. Dengan perpaduan antara unsur tradisional dan desain kekinian, produk ini diharapkan mampu menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk kalangan muda dan pecinta fashion etnik. Gagasan pengembangan produk ini berangkat dari hasil pengamatan terhadap meningkatnya minat masyarakat terhadap kain tenun Troso Jepara, yang kini tidak hanya dilihat sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai bahan fesyen bernilai tinggi yang mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional. Berikut gambarnya:



Gambar 3. Produk Tenun Kain Troso

Tenun Troso Jepara merupakan salah satu warisan budaya Nusantara yang hingga kini tetap eksis dan diminati oleh berbagai kalangan, baik di dalam negeri maupun mancanegara. Keunikan tenun ini terletak pada keindahan motifnya, kualitas bahan yang digunakan, serta nilai estetika dan filosofis yang terkandung di dalamnya. Sebagai produk lokal unggulan dari Jepara, tenun Troso tidak hanya memiliki nilai seni tinggi, tetapi juga memberikan peluang besar dalam bidang ekonomi (Indriani, 2021) dan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu,



penting untuk memahami aspek-aspek utama dari produk ini, mulai dari bahan baku, peluang pasar, strategi pemasaran, hingga potensi pengembangannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Secara rinci diuraikan dibawah ini:

a. Produk

Tenun Troso Jepara dibuat menggunakan berbagai jenis benang pilihan untuk menghasilkan kain berkualitas tinggi. Bahan utama yang digunakan antara lain benang 100% sutra dan semi sutra sebagai dasar tenunan, serta benang sedum dan benang katun sutra yang memperkaya tekstur kain. Selain itu, digunakan pula benang gatif yang telah memiliki motif serta benang bordir dengan kualitas super untuk memberikan sentuhan akhir yang elegan dan bernilai estetik tinggi. Keunggulan dari tenun Troso ini terletak pada fleksibilitas desainnya, di mana motif dan kombinasi warna dapat disesuaikan dengan selera dan preferensi konsumen, tanpa menghilangkan motif dasar khas tenun Troso Jepara. Hal ini menjadikan tenun Troso mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, namun tetap mempertahankan identitas tradisionalnya.

b. Peluang Pasar

Tenun Troso Jepara memiliki peluang pasar yang sangat menjanjikan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Tingginya minat masyarakat terhadap produk tenun tradisional menjadi indikator positif bagi perkembangan usaha ini. Permintaan pasar yang terus meningkat bahkan sering kali membuat para penenun kewalahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, terutama pada saat musim pameran, perayaan adat, maupun pesanan khusus. Hal ini sejalan dengan temuan Indriani dan Cahyani (2021) yang menunjukkan bahwa para pengrajin tenun Troso kerap menghadapi tingginya permintaan pasar yang melebihi kapasitas produksi. Keunikan motif, kualitas bahan, serta kemampuan untuk menyesuaikan desain dengan selera konsumen menjadikan tenun Troso sebagai produk yang memiliki daya tarik tinggi di tengah tren mode yang terus berkembang. Menurut Putri dan Fauzi (2019), fleksibilitas desain dan kemampuan adaptasi terhadap selera pasar menjadi salah satu kekuatan utama tenun Troso dalam menjangkau konsumen modern. Dengan strategi pemasaran yang tepat, potensi pasar ini dapat terus diperluas, menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan bagi para pengrajin dan masyarakat sekitar.

c. Gambaran Strategi Pemasaran

Cara kami memperkenalkan produk tenun dengan menggunakan media sosial berupa Facebook, Instagram, twitter, WhatsApp, market place. Penerapan strategi pemasaran digital menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan pasar produk tenun Troso Jepara. Menurut Ramli dan Maulani (2022), penggunaan media sosial dan platform e-commerce terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di pasar lokal maupun global. Calon konsumen terlebih dahulu melihat motif dan gatif tenun yang diposting di media sosial, untuk konsumen yang langsung datang ke lokasi penenunan kita langsung menjelaskan secara detail tentang desain motif dan gatif, sehingga konsumen bisa memesan secara langsung sesuai motif dan gatif serta kombinasi warna yang ia inginkan.

d. Potensi Pengembangan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan suatu proses strategis untuk meningkatkan kapasitas dan keberdayaan masyarakat agar mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan. Dalam konteks pengembangan usaha tenun Troso Jepara, pemberdayaan menjadi fondasi penting dalam mendorong transformasi sosial dan



ekonomi masyarakat lokal. Melalui pelatihan dan peningkatan keterampilan, masyarakat tidak hanya memperoleh kemampuan teknis dalam mendesain dan memproduksi kain tenun, tetapi juga mengalami peningkatan kepercayaan diri, kemandirian, dan kesadaran kolektif akan pentingnya pelestarian budaya. Sejalan dengan pendapat Kurniawan (2020), pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan berbasis potensi lokal terbukti mampu meningkatkan taraf hidup dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis kearifan budaya. Dengan demikian, pengembangan kapasitas individu dalam komunitas tenun Troso berpotensi menciptakan dampak jangka panjang yang signifikan, baik dari sisi ekonomi kreatif maupun penguatan identitas budaya daerah..

Dengan adanya Pelatihan ini para pengrajin mampu membuat suatu produk yang orisinal yang menjadi ciri khas budaya lokal. Indikator keberhasilan:

1. Proses:

Pelaksanaan pelatihan pengembangan desain motif kain tenun Troso telah menunjukkan hasil yang positif. Warga belajar mampu berpartisipasi secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pelatihan, khususnya dalam sesi perancangan dan eksplorasi desain motif. Selama proses pelatihan berlangsung, peserta menunjukkan sikap yang interaktif, responsif terhadap materi, serta antusias dalam bertanya dan berdiskusi. Selain itu, warga belajar juga mampu membangun kerja sama dan komunikasi yang baik dengan sesama peserta, yang memperkuat suasana belajar yang kolaboratif dan saling mendukung. Hasil ini mendukung pendapat Putri dan Fauzi (2019) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis budaya lokal dapat meningkatkan keterampilan teknis sekaligus memperkuat nilai kolaboratif di antara peserta. Pelatihan ini turut mendorong tumbuhnya kesadaran warga belajar akan pentingnya inovasi desain sebagai salah satu faktor peningkat kualitas dan daya saing kain tenun Troso di pasaran. Hal ini sejalan dengan temuan Indriani dan Cahyani (2021) bahwa inovasi motif dan keterlibatan aktif masyarakat merupakan kunci pengembangan produk berbasis kearifan lokal. Di samping itu, peserta juga memahami bahwa kegiatan pelatihan memiliki fungsi penting dalam mengasah keterampilan mereka secara berkelanjutan, baik dari sisi teknis maupun kreatif.

2. Hasil :

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik terkait proses produksi tenun Troso Jepara. Warga belajar menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap teknik dasar dan lanjutan dalam menenun, serta mampu menghasilkan produk kain tenun bermotif dengan kualitas yang baik. Selain itu, kualitas produk secara keseluruhan mengalami peningkatan, ditandai dengan hasil tenunan yang lebih rapi, motif yang lebih bervariasi, serta pewarnaan yang lebih serasi. Dari sisi pemasaran, terdapat peningkatan minat konsumen dan penjualan produk yang lebih stabil, baik melalui promosi langsung maupun pemanfaatan media sosial. Kegiatan ini juga mendorong lahirnya beberapa desain motif baru yang menjadi ciri khas kelompok, memperkaya identitas visual produk tenun Troso dan memperkuat daya saingnya di pasar lokal maupun regional.



Kesimpulan

Kewirausahaan menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, berdaya saing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan kesempatan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi, tenun troso Jepara di produksi oleh beberapa masyarakat di sekitar tanpa alat bantu mesin, melainkan menggunakan alat tenun tradisional. Motif Khas yang ditunen bernuansa Etnik adat Tradisional Jepara. Tenun troso Jepara banyak dinikmati oleh masyarakat dalam bentuk stelan berupa selendang dan sarung, motif bervariasi sesuai dengan selera konsumen, dan bahan setengah jadi dapat dibuat menjadi pakaian yang dikombinasikan motif etnik Jepara. Dalam pelaksanaan ini kami akan memperkerjakan penunen yang berada di Kelurahan Jepara.

Sesuai manfaat yang kami harapkan yaitu mendapat profit. Untuk keberlanjutan usaha ini kami akan mengevaluasi produk-produk kami secara berkala dan meningkatkan keunggulan bersaing terus menerus. Karena produk kami termasuk produk yang cukup unik sudah sebaiknya usaha ini terus dikembangkan sebagai salah satu program pengentasan pengangguran dan mengembangkan kecintaan terhadap kain tradisional Jepara, tentunya kami menentukan harga dengan menghitung total *cost* dan biaya operasionalnya. Pemasaran yang kami tuju adalah *direct selling* dan *e-commerce* dimana seluruh pemasaran yang kami lakukan secara langsung dan melalui media social FB, IG, Twiter dan WA , Market Place , sehingga target market produk kami bisa berada pada pasar global dan menghasilkan omzet besar dan mampu bersaing atas keunggulan produk tenun troso Jepara.

Saran

Dengan adanya peningkatan dalam pengembangan desain Tenun Troso Jepara, yang menampilkan motif-motif khas sebagai warisan budaya lokal, maka sangat penting untuk mendorong konsistensi warga belajar dalam mengikuti seluruh rangkaian proses pelatihan yang telah diselenggarakan. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan teknik dasar dan lanjutan dalam menenun, tetapi juga untuk menumbuhkan kreativitas warga dalam menciptakan desain yang inovatif dan berdaya saing tinggi. Oleh karena itu, partisipasi aktif dan berkelanjutan dari warga belajar sangat diperlukan agar mereka benar-benar mampu menyerap keterampilan yang diberikan. Selain itu, diharapkan para peserta dapat mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh ke dalam dunia kerja mereka, baik secara mandiri melalui wirausaha, maupun dengan berkontribusi dalam industri tekstil dan fashion lokal. Penerapan kemampuan ini tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga, tetapi juga turut melestarikan dan mempromosikan kekayaan budaya Tenun Troso Jepara ke kancah yang lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan tulisan ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada para pengrajin Tenun Troso Jepara yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka, serta kepada masyarakat sekitar yang turut mendukung pelestarian warisan budaya ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga, rekan, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas doa, semangat, dan bantuan moril maupun materiil yang diberikan. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi salah satu upaya



kecil dalam mengangkat potensi lokal serta mendorong pemberdayaan masyarakat melalui pelestarian budaya.

Daftar Pustaka

- Kurniawan, D. (2020). *Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Lokal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indriani, A., & Cahyani, F. (2021). "Pemberdayaan Masyarakat melalui Industri Tenun Tradisional di Jepara." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(2), 77–84.
- Kotler & Keller. 2001. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga Dikti. 2013. *Panduan PKM Tahun 2013*.
- Putri, D. K., & Fauzi, A. (2019). Pengembangan produk kreatif berbasis budaya: Studi kasus tenun Troso. *Jurnal Seni dan Budaya*, 14(1), 45–53.
- Riyanto, Prof. Dr. Bambang.1995. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan edisi 4*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Taylor, Elly. 2011. *Alat dan Bahan Menjahit*. Diakses pada tanggal 28 September 2013. Di <http://ellytaylor/2011/06/katalog-barang.html>