



STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI BATIK DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Shella Oktaviana^{1*}, Sarah Aqila², Nadira Dwita Anggraini³, Nia Kurniasih⁴,
Rahma Dini⁵, Nunur Oktavianti⁶, Ima Andriyani⁷

¹⁻⁶ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tridinanti,

⁷ Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tridinanti

*Penulis Korespondensi:

shellaoktaviana2004@gmail.com, sarahaqila49@gmail.com, dira12907@gmail.com, niakurniasi269@gmail.com, ddni9041@gmail.com, oktavianunur@gmail.com, ima_andriyani@univ-tridinanti.ac.id

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in driving regional economic growth, creating employment opportunities, and preserving cultural heritage through the development of the batik industry. However, the increasing level of competition in the batik industry requires every business actor to have appropriate development strategies in order to enhance competitiveness and maintain business sustainability. Griya Batik Gabovira, as one of the MSMEs in Bandar Lampung City, faces various challenges, such as competition with batik products from other regions, changes in consumer preferences, and the development of marketing technology. This study aims to analyze the development strategies implemented by Griya Batik Gabovira in enhancing the competitiveness of the batik industry. The research method used is a qualitative descriptive approach with data collection techniques through observation, interviews, documentation, and literature studies. The results show that the development strategies implemented include improving product quality, innovating batik motifs that promote local Lampung culture, developing human resource competencies, utilizing digital media as a marketing tool, and expanding collaboration networks through various promotional activities and exhibitions. The implementation of these strategies has been able to increase product added value, expand market share, and strengthen business competitiveness amid the increasingly competitive batik industry. Therefore, continuous innovation and the ability to adapt to changing market needs are important factors in supporting the sustainability and competitiveness of the MSME Griya Batik Gabovira.*

Keywords: *micro, small, and medium enterprises, development strategy, competitiveness, batik industry, Griya Batik Gabovira*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, serta melestarikan warisan budaya melalui pengembangan industri batik. Namun, semakin tingginya tingkat persaingan dalam industri batik menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi pengembangan yang tepat agar mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Griya Batik Gabovira sebagai salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Bandar Lampung turut menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan produk batik dari daerah lain, perubahan preferensi konsumen, serta perkembangan teknologi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan oleh Griya Batik Gabovira dalam meningkatkan daya saing industri batik. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi motif batik yang mengangkat budaya lokal Lampung, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, serta perluasan jaringan kerja sama melalui berbagai kegiatan promosi dan pameran. Penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan industri batik yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, inovasi

yang berkelanjutan serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Griya Batik Gabovira.

Kata kunci: usaha mikro, kecil, dan menengah, strategi pengembangan, daya saing, industri batik, Griya Batik Gabovira.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha berskala kecil yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan skala usahanya. (Dinamika & Syariah, 2022)

Berdasarkan hasil observasi, Griya Batik Gabovira di Kota Bandar Lampung memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan industri batik melalui produk yang mengangkat motif khas daerah. Namun, di tengah persaingan industri batik yang semakin kompetitif, diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat agar mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, upaya pengembangan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, pemanfaatan pemasaran digital, serta penguatan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan Griya Batik Gabovira.

Salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM batik adalah semakin ketatnya persaingan pasar yang menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan daya saing. Kondisi tersebut mengharuskan pelaku usaha tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menerapkan strategi pengembangan yang efektif melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan pemasaran. Apabila strategi pengembangan tidak diterapkan secara optimal, usaha akan mengalami kesulitan dalam memperluas pangsa pasar dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar. Griya Batik Gabovira sebagai salah satu UMKM batik di Kota Bandar Lampung juga menghadapi tantangan tersebut sehingga perlu terus mengembangkan usahanya melalui

inovasi, peningkatan kualitas produk, dan perluasan jaringan pemasaran guna meningkatkan daya saing di industri batik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan oleh Griya Batik Gabovira dalam meningkatkan daya saing industri batik di Kota Bandar Lampung. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi strategi pengembangan usaha yang telah diterapkan oleh Griya Batik Gabovira; (2) menganalisis faktor-faktor yang mendukung dan menghambat peningkatan daya saing usaha; serta (3) memberikan rekomendasi strategi pengembangan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri batik.

Perkembangan era digital dan globalisasi menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memiliki daya saing yang tinggi agar mampu bertahan dan berkelanjutan. Sektor industri kreatif, khususnya industri kerajinan batik, memegang peranan strategis tidak hanya sebagai penggerak roda perekonomian kerakyatan, tetapi juga sebagai media pelestarian nilai-nilai budaya lokal. Di Kota Bandar Lampung, industri batik lokal terus berupaya menunjukkan eksistensinya melalui penciptaan motif-motif khas daerah yang merefleksikan identitas budaya Lampung. Kendati demikian, tingginya tingkat kompetisi di pasar domestik maupun nasional mendatangkan tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam hal kualitas, desain, dan strategi pemasaran agar tidak tergerus oleh produk-produk substitusi maupun gempuran batik cetak massal dari luar daerah.

Griya Batik Gabovira hadir sebagai salah satu pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung yang konsisten mengangkat corak dan motif khas Lampung dalam setiap produk batiknya. Walaupun memiliki potensi dan keunggulan identitas budaya yang kuat, dalam praktiknya Griya Batik Gabovira masih menemui berbagai kendala struktural maupun operasional. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan jangkauan promosi digital, pengelolaan modal yang terbatas, serta keharusan untuk senantiasa adaptif terhadap perubahan selera dan preferensi konsumen yang dinamis. Jika hambatan-hambatan ini tidak segera diatasi melalui perumusan strategi pengembangan yang komprehensif—seperti pemanfaatan teknologi pemasaran digital dan penguatan inovasi produk—maka dikhawatirkan dapat menghambat pertumbuhan pangsa pasar serta

menurunkan daya saing usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kajian mendalam mengenai perumusan strategi pengembangan bisnis pada Griya Batik Gabovira menjadi krusial untuk dilakukan guna merumuskan arah kebijakan operasional dan pemasaran yang tepat sasaran.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi yang terjadi di lapangan serta memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Griya Batik Gabovira dalam meningkatkan daya saing industri batik di Kota Bandar Lampung.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara langsung dari narasumber mengenai kondisi usaha, proses produksi, sistem pemasaran, serta berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif sehingga mampu memberikan gambaran mengenai strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam pengembangan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam industri kreatif, UMKM memiliki peran strategis dalam melestarikan budaya lokal melalui berbagai produk yang dihasilkan. Salah satu bentuk industri kreatif yang berkembang di Indonesia adalah industri batik. Keberadaan UMKM batik tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga menjadi sarana pelestarian warisan budaya daerah.

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri batik di Kota Bandar Lampung adalah Griya Batik Gabovira. Usaha ini mengembangkan berbagai produk batik dengan motif khas Lampung sebagai bentuk pelestarian budaya sekaligus meningkatkan nilai ekonomi produk lokal. Untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan yang semakin ketat, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar usaha mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Strategi merupakan rencana yang disusun berdasarkan informasi yang relevan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam pengembangan UMKM, strategi berfungsi sebagai pedoman dalam menghadapi persaingan, memanfaatkan peluang, dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT, yaitu analisis terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang efektif. (Putra, 2023).

Hasil identifikasi faktor internal menunjukkan bahwa Griya Batik Gabovira memiliki sejumlah kekuatan yang dapat mendukung pengembangan usaha dan meningkatkan daya saing. Kekuatan tersebut menjadi modal utama dalam menghadapi persaingan serta memanfaatkan peluang pasar yang tersedia. Adapun kekuatan yang dimiliki Griya Batik Gabovira adalah sebagai berikut.

- a. *Strengths*: Griya Batik Gabovira memiliki motif batik khas Lampung, kualitas produk yang baik, serta menjaga nilai budaya lokal sebagai identitas produknya.
- b. *Weaknesses*: Promosi yang belum optimal, keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha, serta jangkauan pemasaran yang masih terbatas.
- c. *Opportunities*: Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal, perkembangan pemasaran digital, serta dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM dan industri kreatif.
- d. *Threats*: Persaingan dengan produsen batik dari daerah lain, munculnya produk batik bermotif cetak dengan harga lebih murah, serta perubahan tren dan preferensi konsumen.

Bagi UMKM, strategi pengembangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, inovasi desain, pengembangan sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi, perluasan jaringan pemasaran, serta peningkatan pelayanan kepada konsumen. Strategi yang tepat akan membantu UMKM memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menjaga keberlangsungan usaha.

Bagi Griya Batik Gabovira, peningkatan daya saing menjadi tujuan utama agar mampu bertahan di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha batik baik dari dalam

maupun luar daerah. Oleh karena itu, pengembangan usaha harus dilakukan secara berkelanjutan melalui inovasi, peningkatan kualitas produk, serta perluasan pemasaran.

Berdasarkan analisis SWOT, Griya Batik Gabovira memiliki potensi yang cukup besar untuk meningkatkan daya saing industri batik di Kota Bandar Lampung. Keunggulan berupa motif khas Lampung, kualitas produk, dan identitas budaya menjadi kekuatan utama dalam menghadapi persaingan. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital, meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal, serta dukungan pemerintah terhadap UMKM memberikan peluang yang besar bagi pengembangan usaha.

Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan dengan produk batik dari daerah lain, keterbatasan promosi digital, dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang berorientasi pada inovasi, peningkatan kualitas produk, pemanfaatan pemasaran digital, serta perluasan jaringan kerja sama perlu diterapkan secara berkelanjutan agar Griya Batik Gabovira mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan industri batik yang semakin kompetitif.

Formulasi Strategi Alternatif (Matriks SWOT)

Berdasarkan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi oleh Griya Batik Gabovira, perumusan strategi pengembangan dapat dijabarkan melalui pendekatan matriks SWOT sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths - Opportunities*):

- Mengoptimalkan penggunaan motif khas Lampung pada produk batik untuk menarik minat konsumen lokal maupun luar daerah yang sedang meningkat terhadap produk fesyen berbasis budaya.
- Memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran digital (seperti e-commerce dan media sosial) untuk memperluas jangkauan pasar Griya Batik Gabovira ke tingkat nasional, didukung oleh kualitas produk yang sudah baik.

- Memaksimalkan dukungan program pemerintah dan kerja sama dengan lembaga pendidikan atau instansi kreatif dalam mempromosikan identitas budaya lokal.

2. Strategi ST (*Strengths - Threats*):

- Mempertahankan keunggulan kualitas produk dan keaslian motif khas daerah sebagai pembeda (*differentiator*) untuk menghadapi persaingan ketat dengan produk batik cetak murah atau produsen dari luar daerah.
- Meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan pelayanan dan inovasi produk yang konsisten terhadap perubahan tren serta preferensi pasar.

3. Strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*):

- Memperluas jangkauan pemasaran dan mengatasi keterbatasan promosi melalui optimalisasi penggunaan media digital secara lebih sistematis dan profesional.
- Membuka peluang kerja sama strategis atau kemitraan dengan investor maupun lembaga keuangan untuk mengatasi keterbatasan modal usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi.

4. Strategi WT (*Weaknesses - Threats*):

- Melakukan efisiensi biaya produksi dan manajemen keuangan yang lebih terstruktur guna mengantisipasi persaingan harga akibat gempuran produk batik cetak massal.
- Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan manajemen pemasaran digital agar kelemahan dalam hal promosi dapat diatasi secara berkelanjutan.



4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Griya Batik Gabovira memiliki potensi yang cukup besar dalam meningkatkan daya saing industri batik melalui pemanfaatan strategi pengembangan usaha yang tepat. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan berupa motif batik khas Lampung, kualitas produk yang baik, serta komitmen dalam melestarikan budaya lokal. Selain itu, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, seperti perkembangan pemasaran digital dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal. Namun, Griya Batik Gabovira juga masih menghadapi beberapa kelemahan dan ancaman, seperti keterbatasan promosi, persaingan usaha, serta perubahan preferensi konsumen.

Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan adalah mengoptimalkan pemasaran digital, meningkatkan inovasi produk, mempertahankan kualitas batik, serta memperluas kerja sama dengan berbagai pihak. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan Griya Batik Gabovira sebagai salah satu UMKM batik di Kota Bandar Lampung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Griya Batik Gabovira yang telah memberikan kesempatan, informasi, serta dukungan selama pelaksanaan kegiatan Praktik

Kerja Lapangan (PKL) dan proses pengumpulan data penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Program Studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang yang telah memfasilitasi kegiatan PKL, serta kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Dinamika, J., & Syariah, E. (2022). DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN.
- Putra, R. S. (2023). A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO MANUSIA.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). Strategic Management: Concepts and Cases: A Competitive Advantage Approach (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta