

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BATIK TANAH LIEK
SALINGKA TABEK KABUPATEN SOLOK**

TUGAS AKHIR

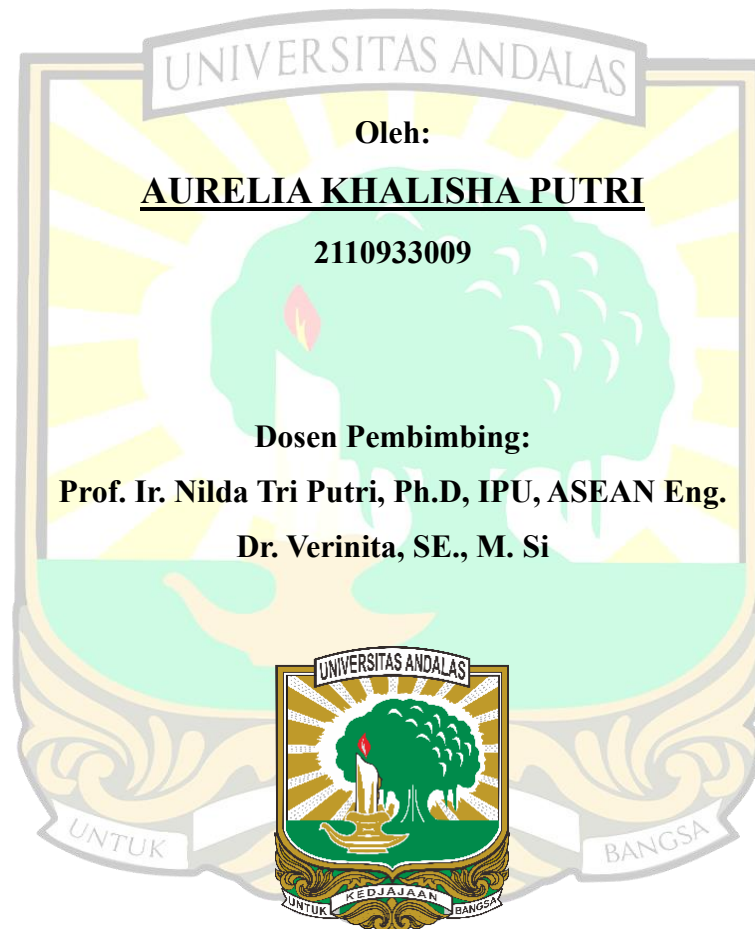


**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BATIK TANAH LIEK SALINGKA TABEK KABUPATEN SOLOK

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana Pada
Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ABSTRAK

Batik Tanah Liek Salingka Tabek merupakan UMKM di Kabupaten Solok yang memproduksi batik khas Minangkabau dengan teknik pewarnaan tanah liat yang memiliki nilai budaya tinggi. Permintaan terhadap produk batik daerah ini menunjukkan tren positif seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap produk budaya lokal. Namun, dalam satu tahun terakhir, omzet usaha belum mencapai target meskipun minat pasar meningkat. Kendala utama terletak pada belum optimalnya diferensiasi nilai produk premium, keterbatasan pemanfaatan saluran digital, belum terbangunnya sistem loyalitas pelanggan, serta belum terstrukturanya strategi pemasaran untuk meningkatkan konversi penjualan. Kondisi ini menunjukkan perlunya pembaruan strategi bisnis yang mampu meningkatkan nilai jual produk, memperluas akses pasar, dan memperkuat hubungan pelanggan agar usaha dapat meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan tanpa perlu menambah kapasitas produksi secara signifikan.

Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan bisnis baru yang relevan dan adaptif terhadap kondisi internal dan eksternal UMKM. Analisis dilakukan melalui pemetaan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Hasil perhitungan menunjukkan nilai IFE sebesar 3,058 dan EFE sebesar 3,335, menandakan kondisi internal yang kuat serta peluang eksternal yang besar. Posisi bisnis berada pada sel I Matriks IE (grow and build). Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi intensif menjadi strategi prioritas dengan nilai tertinggi pada penilaian QSPM sebesar 7,347 dan bobot prioritas 0,5377 berdasarkan validasi metode AHP.

Hasil akhir penelitian menghasilkan enam strategi intensif pengembangan utama, yaitu pengembangan produk diferensiasi produk premium, peluncuran batik ready to wear sentuhan non batik, inovasi produk berkelanjutan, ekspansi distribusi digital dan offline melalui mitra strategis, kemitraan pariwisata dan edukasi batik, serta peningkatan loyalitas pelanggan. Strategi ini dinilai relevan dan adaptif terhadap kondisi UMKM saat ini, mendukung pertumbuhan pendapatan, perluasan pasar, serta keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *AHP, Batik Tanah Liek Salingka Tabek, Business Model Canvas, SWOT, QSPM*

ABSTRACT

Batik Tanah Liek Salingka Tabek is a micro-enterprise located in Solok Regency that produces traditional Minangkabau batik using natural clay dyeing techniques, reflecting strong cultural heritage value. Consumer interest in cultural and locally crafted products continues to rise, indicating growing market potential. However, despite increasing market attention, the enterprise has not yet achieved its annual revenue target. This challenge is primarily driven by suboptimal product value differentiation, limited utilization of digital sales channels, the absence of structured customer loyalty mechanisms, and marketing strategies that have not fully supported sales conversion. These conditions highlight the need for renewed business strategies that enhance product value, expand market access, and strengthen customer engagement, enabling the enterprise to improve revenue performance sustainably without requiring significant expansion of production capacity.

This study aims to formulate new business development strategies that are relevant and adaptive to the MSME's internal and external conditions. The analysis was conducted through the Business Model Canvas (BMC) framework and SWOT analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results show an IFE score of 3.058 and an EFE score of 3.335, indicating a strong internal condition and significant external opportunities. The business position lies in Cell I of the IE Matrix (grow and build). The analysis results indicate that intensive strategies are the top priority, with the highest QSPM score of 7.347 and a priority weight of 0.5377 based on validation using the AHP method.

The final results of the study propose six main intensive development strategies: developing differentiated premium products, launching ready-to-wear batik with non-batik elements, pursuing continuous product innovation, expanding digital and offline distribution through strategic partnerships, building tourism and batik education collaborations, and enhancing customer loyalty. These strategies are considered relevant and adaptive to the MSME's current conditions, supporting revenue growth, market expansion, and business sustainability.

Keywords: AHP, Batik Tanah Liek Salingka Tabek, Business Model Canvas, SWOT, QSPM