

## STRATEGI KOMBINASI BISNIS UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING UMKM LOKAL BATIK SRIKANDI

Indah lia Puspita\*<sup>1</sup>, Crossya Anabela<sup>2</sup>, Muhammad Faishal Ammar Ghazy<sup>3</sup>,  
Niken Nabila Rosidawati<sup>4</sup>, Agung Gumilang<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas  
Malahayati Bandar Lampung

Email: [indahliapuspita@malahayati.ac.id](mailto:indahliapuspita@malahayati.ac.id)

### Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM biasanya memulai usahanya dengan modal yang terbatas dan memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Karena itu, UMKM sering mengalami kendala dalam mengembangkan bisnisnya dan memasuki pasar yang lebih luas. Namun, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi, sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dengan cepat. Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri mikro kecil menengah (UMKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM termasuk Batik Srikandi belum sepenuhnya memahami strategi kombinasi bisnis dengan industri pariwisata dan nilai ekonomi daerah.

**Kata kunci:** UMKM, Industri batik, Strategi kombinasi bisnis.

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are a crucial sector in a country's economy. MSMEs typically start with limited capital and human resources. Therefore, they often face obstacles in expanding their businesses and entering broader markets. However, MSMEs have advantages in flexibility and innovation, enabling them to adapt quickly to market changes. The batik industry in Indonesia is generally a micro small and medium-sized enterprise (MSMEs) that provides a livelihood for some. However, many MSMEs, including Batik Srikandi, do not fully understand the strategy of combining their business with the tourism industry and regional economic value.*

**Keywords:** MSMEs, Batik Industry, Business Combination Strategy.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM biasanya memulai usahanya dengan modal yang terbatas dan memiliki sumber daya manusia yang terbatas. Karena itu, UMKM sering mengalami kendala dalam mengembangkan bisnisnya dan memasuki pasar yang lebih luas. Namun, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan inovasi, sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dengan cepat. (Firdausya, 2023). Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan (Anggraeni, 2013).

Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri mikro kecil menengah (UMKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Geliat industri batik memang agak meredup, ini dapat dilihat dari berkurangnya usaha-usaha produksi batik dan mengalihkan ke usaha yang lain (Nurainun, 2008). Industri batik memiliki peran penting dalam melestarikan budaya batik (Oktyajati dkk, 2023).

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang ini adalah Batik Srikandi. Namun, dalam menjalankan usahanya Batik Srikandi masih menghadapi berbagai tantangan dalam menentukan strategi penjualan yang tepat agar dapat mencapai target laba yang diharapkan. Untuk itu diperlukan penerapan strategi kombinasi bisnis oleh Batik Srikandi guna memperluas jangkauan pemasaran produk serta melestarikan budaya batik Indonesia.

Namun, UMKM Batik Srikandi belum sepenuhnya memahami strategi kombinasi bisnis dalam usahanya. Kurangnya pemahaman ini sering kali menyebabkan kesulitan dalam memperluas usahanya dan sulit mengeluarkan inovasi dalam bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan pemaparan materi mengenai penerapan strategi kombinasi bisnis, sehingga UMKM Batik Srikandi dapat memperluas usahanya, mengeluarkan inovasi, dan meningkatkan daya saing di pasar.

### **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pelaku UMKM Batik Srikandi yang menjadi mitra kegiatan, ditemukan permasalahan utama yaitu kurangnya strategi kombinasi bisnis dan juga inovasi oleh UMKM Batik Srikandi.

Permasalahan tersebut menyebabkan UMKM Batik Srikandi belum dapat mengoptimalkan strategi penjualan. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan pelatihan dalam penerapan

strategi kombinasi bisnis dengan Dinas Pariwisata, Dinas Pendidikan, dan Media Sosial / *E-commerce* demi perluasan dan perkembangan usahanya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pengabdian kepada masyarakat ini berupa sosialisasi pengaruh digitalisasi terhadap perkembangan usaha. Kegiatan ini akan dilaksanakan pada hari Selasa, 25 November 2025 di UMKM Batik Srikandi Tulis Lampung yang beralamat di Gg. Merpati. Pinang Jaya, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung. Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian masyarakat membagi metode pelaksanaan sebagai berikut : survei awal, persiapan pelaksanaan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi pelaksanaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema “*Strategi Kombinasi Bisnis untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Lokal Batik Srikandi*” telah berhasil dilaksanakan pada hari Selasa, 25 November 2025. Pelaksanaan kegiatan di UMKM Batik Srikandi Tulis Lampung dilakukan melalui program sosialisasi dan pendampingan secara langsung kepada pemilik serta anggota UMKM. Dalam kegiatan ini, tim memberikan penjelasan mengenai strategi kombinasi bisnis dengan Dinas Pariwisata, Dinas Pendidikan, dan Media Sosial / *E-commerce*.



**Gambar 1.** Dokumentasi Persiapan Pelaksanaan

Strategi kombinasi bisnis dengan Dinas Pariwisata dapat dilakukan dengan cara menjadikan Batik Srikandi menjadi objek wisata edukasi dan turut serta dalam *event* rutin yang diadakan oleh Dinas Pariwisata. Strategi kombinasi bisnis dengan Dinas Pendidikan dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Lembaga Pendidikan untuk pelatihan, pengembangan keterampilan, dan dukungan promosi. Strategi kombinasi bisnis dengan media social / platform *e-commerce* dapat dilakukan dengan kolaborasi produk dengan *influencer* guna menciptakan visibilitas merek dan stigma batik menjadi trendi.



**Gambar 2.** Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

Tahap evaluasi dilakukan setelah seluruh kegiatan selesai untuk menilai hasil dari program yang telah dijalankan. Evaluasi mencakup penilaian terhadap tingkat pemahaman peserta, efektivitas kegiatan, serta dampak yang dirasakan oleh UMKM setelah mengikuti sosialisasi. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk perbaikan dan pengembangan program selanjutnya agar pengabdian masyarakat di masa depan bisa berjalan lebih optimal dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi UMKM.



**Gambar 3.** Foto Bersama Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Strategi kombinasi bisnis ini diharapkan membantu pelaku usaha UMKM Batik Srikandi dalam menginovasi usahanya. Secara keseluruhan, penerapan strategi kombinasi ini memberikan manfaat signifikan bagi UMKM Batik Srikandi berupa memperluas jangkuan UMKM Batik Srikandi dalam memasarkan produknya mulai dari lokal hingga internasional.

### **Saran**

Diharapkan hasil kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi UMKM Batik Srikandi dan menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk memanfaatkan strategi kombinasi bisnis dengan Dinas Pariwisata, Dinas Pendidikan, dan Media Sosial / E-commerce demi perkembangan usahanya sebagai dasar inovasi bisnis yang lebih rasional dan berorientasi pada peningkatan produktivitas serta kesejahteraan ekonomi masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Muslihat dan Bapak Wahid selaku pemilik usaha Batik Srikandi yang telah berkenan menjadi tuan rumah dan memberikan fasilitas serta dukungan selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para karyawan

usaha Batik Srikandi yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam mengikuti pelatihan ini. Kami juga menghaturkan apresiasi kepada pihak institusi, dosen pembimbing, serta seluruh tim pelaksana kegiatan yang telah bekerja keras dalam mempersiapkan dan melaksanakan kegiatan ini dengan penuh dedikasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Era Digital Di Abad Ke-21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14-18.
- Nurainun, N. (2008). Analisis industri batik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*, 7(3), 24399.
- Oktyajati, N., Mayasari, S., Khaerudin, A., & Purwati, S. (2023). Pelestarian warisan budaya batik Indonesia melalui workshop dan seminar pertukaran budaya dari empat negara Asia. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Sidoluhur*, 3(02), 340-349.