ANALISIS MANAJEMEN STRATEGIK PADA UMKM KERAJINAN TANGAN BATIK JAMBI DALAM PENGEMBANGAN PASAR EKSPOR

Dwi Aprilia[1], M. Aidil Putra[2], Muhammad Surya Dharma[3], Wildayanti[4], Agustina Mutia[5]

[1,2,3,4,5]*Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*
E-mail : dewiapriliajbi@gmail.com[1], m.aidlptra7@gmail.com[2], aryaaa526@gmail.com[3], wildayanti2906@gmail.com[4], agustinamutia69@uinjambi.ac.id[5]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen strategik pada UMKM batik Jambi dalam rangka pengembangan pasar ekspor. Batik Jambi memiliki keunggulan berupa motif khas flora-fauna dan proses produksi handmade tradisional yang bernilai budaya tinggi. Namun, UMKM batik Jambi masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan modal, kapasitas produksi yang rendah, minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta keterbatasan akses terhadap sertifikasi internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis SWOT dan TOWS digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta merumuskan strategi pengembangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang relevan meliputi branding berbasis budaya lokal, pemanfaatan program pemerintah untuk peningkatan kapasitas produksi, pendaftaran HAKI sebagai perlindungan hukum, serta pembentukan koperasi pengrajin untuk efisiensi biaya dan pemenuhan standar ekspor. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi kajian manajemen strategik UMKM serta manfaat praktis bagi pengrajin batik Jambi dalam memperluas pasar internasional.

Kata Kunci : *UMKM, Batik Jambi, Manajemen Strategik, SWOT, Ekspor, Ekonomi Kreatif*

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of strategic management in Jambi batik MSMEs for export market development. Jambi batik has advantages in its unique flora-fauna motifs and traditional handmade production processes with high cultural value. However, Jambi batik MSMEs still face challenges such as limited capital, low production capacity, lack of digital technology adoption, and restricted access to international certifications. This research employs a descriptive qualitative approach with a case study method, using interviews, observations, and documentation. SWOT and TOWS analyses were applied to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats, and to formulate development strategies. The findings indicate that relevant strategies include cultural-based branding, utilizing government programs to increase production capacity, registering intellectual property rights (IPR) for legal protection, and forming cooperatives to achieve cost efficiency and meet export standards. This study is expected to provide theoretical contributions to MSME strategic management studies and practical benefits for Jambi batik artisans in expanding their international market reach.

Keywords : *MSMEs, Jambi Batik, Strategic Management, SWOT, Export, Creative Economy*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Di Provinsi Jambi, UMKM batik menjadi salah satu sektor unggulan yang tidak hanya berperan dalam aspek ekonomi, tetapi juga melestarikan budaya lokal. Batik Jambi memiliki ciri khas motif flora dan fauna yang membedakannya dari batik daerah lain, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan ke pasar internasional (Zamzami et al., 2025).

Dalam era globalisasi, UMKM batik Jambi menghadapi tantangan serius, terutama terkait keterbatasan modal, akses teknologi, dan kemampuan manajerial. Penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama UMKM di sektor batik adalah rendahnya kapasitas inovasi dan keterbatasan dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran (Amry et al., 2024). Hal ini menghambat daya saing produk batik Jambi di pasar ekspor yang menuntut kualitas, konsistensi, dan strategi branding yang kuat.

Pemerintah Indonesia telah memberikan perhatian khusus terhadap pengembangan UMKM melalui berbagai kebijakan, seperti program ekspor berbasis budaya dan dukungan pembiayaan. Namun, implementasi kebijakan tersebut seringkali belum optimal di tingkat daerah. Studi terbaru menekankan perlunya sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal untuk memperkuat ekosistem UMKM batik Jambi agar mampu menembus pasar global (Ramadhani, 2025).

Selain faktor kebijakan, tren pasar internasional juga menjadi peluang sekaligus tantangan. Permintaan terhadap produk fashion berbasis budaya dan ramah lingkungan semakin meningkat, sejalan dengan tren eco-fashion dan keberlanjutan. Batik Jambi yang menggunakan pewarna alami memiliki keunggulan kompetitif dalam memenuhi preferensi konsumen global yang semakin peduli terhadap aspek lingkungan (Amry et al., 2024).

Namun demikian, keterbatasan dalam hal sertifikasi internasional, standar kualitas, serta jaringan distribusi masih menjadi hambatan utama. Banyak UMKM batik Jambi belum memiliki akses terhadap pelatihan ekspor, sertifikasi halal, maupun standar mutu internasional yang menjadi syarat masuk ke pasar global. Kondisi ini menuntut adanya strategi manajemen yang komprehensif untuk mengatasi kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang eksternal (Zamzami et al., 2025).

Dengan demikian, analisis manajemen strategik menjadi penting untuk merumuskan langkah-langkah pengembangan UMKM batik Jambi. Melalui pendekatan SWOT dan teori manajemen strategik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi UMKM batik Jambi serta strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing di pasar ekspor. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi pengrajin batik, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal (Ramadhani, 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus** pada UMKM batik Jambi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial-ekonomi secara mendalam, khususnya terkait penerapan manajemen strategik dalam pengembangan pasar ekspor. Metode kualitatif memungkinkan peneliti menggali perspektif

pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lain secara komprehensif, sehingga dapat menghasilkan analisis yang lebih kontekstual (Creswell & Poth, 2018).

Data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM batik Jambi, asosiasi pengrajin, serta pihak pemerintah daerah yang terkait dengan kebijakan ekspor. Wawancara dilakukan secara purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap paling relevan dan memiliki pengetahuan mendalam tentang topik penelitian (Sugiyono, 2024). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan kinerja UMKM, publikasi akademik, serta dokumen kebijakan pemerintah mengenai pengembangan ekspor UMKM.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk melihat langsung proses produksi batik Jambi, inovasi desain, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Wawancara dilakukan dengan panduan semi-terstruktur agar peneliti tetap fokus pada tema manajemen strategik namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman mereka. Dokumentasi meliputi pengumpulan data dari laporan resmi, artikel jurnal, dan publikasi pemerintah terkait UMKM dan ekspor (Amry et al., 2024).

Analisis data dilakukan dengan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM batik Jambi. Analisis ini dipadukan dengan pendekatan content analysis terhadap hasil wawancara dan dokumen, sehingga dapat menghasilkan sintesis temuan yang lebih komprehensif. Validitas data dijaga melalui **triangulasi sumber**, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi agar diperoleh kesimpulan yang konsisten dan dapat dipercaya (Zamzami et al., 2025).

Dengan metode penelitian ini, diharapkan diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal UMKM batik Jambi, serta strategi manajemen yang dapat diterapkan untuk memperkuat daya saing di pasar ekspor. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan penelitian ini tidak hanya menghasilkan analisis teoritis, tetapi juga rekomendasi praktis yang dapat langsung diimplementasikan oleh pelaku UMKM dan pemangku kepentingan terkait.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

UMKM Kerajinan Tangan Batik Jambi tersebar di berbagai wilayah Kota Jambi, dengan konsentrasi utama di kawasan Seberang Kota, khususnya di Kampung Jelmu dan sekitarnya. Kawasan ini telah berkembang menjadi sentra batik yang juga menjadi destinasi wisata budaya. Sebagian besar pengrajin merupakan usaha keluarga yang mengandalkan keterampilan membatik yang diwariskan secara turun-temurun.

Dalam hal skala usaha, mayoritas pelaku berada pada kategori usaha mikro dengan jumlah tenaga kerja di bawah lima orang dan omset tahunan yang masih terbatas. Proses produksi masih dilakukan secara manual menggunakan canting dan malam, sesuai dengan tradisi batik tulis yang menjadi keunggulan kompetitif utama produk ini di pasar internasional. Harga jual per lembar kain bervariasi antara Rp150.000 hingga Rp2.000.000, tergantung pada kerumitan motif dan kualitas bahan baku.

UMKM batik Jambi memiliki keunggulan utama berupa keunikan motif khas flora dan fauna yang tidak dimiliki daerah lain. Motif seperti Angso Duo, Kapal Sanggat, dan Durian Pecah menjadi identitas budaya yang membedakan batik Jambi dari batik Jawa atau Pekalongan. Keunikan ini menjadi modal penting dalam membangun diferensiasi produk di pasar internasional. Selain itu, sebagian pengrajin masih menggunakan pewarna alami yang ramah lingkungan,

sehingga produk batik Jambi memiliki nilai tambah dalam konteks tren eco-fashion global (Amry et al., 2024).

Namun, kelemahan yang menonjol adalah keterbatasan modal, rendahnya kapasitas SDM dalam manajemen ekspor, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Banyak pengrajin masih mengandalkan metode tradisional dalam produksi dan distribusi, sehingga sulit bersaing dengan daerah lain yang lebih maju dalam hal branding dan jaringan distribusi. Kondisi ini membuat UMKM batik Jambi belum mampu memanfaatkan peluang pasar internasional secara optimal (Zamzami et al., 2025).

Dari sisi eksternal, peluang besar datang dari meningkatnya permintaan produk budaya di pasar internasional. Tren fashion dunia menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen ke arah produk yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan memiliki nilai budaya. Batik Jambi dengan pewarna alami memiliki keunggulan kompetitif dalam memenuhi preferensi tersebut.

Namun, ancaman berupa persaingan dengan batik daerah lain, standar kualitas internasional yang ketat, serta fluktuasi harga bahan baku masih menjadi tantangan signifikan. Selain itu, keterbatasan akses terhadap sertifikasi internasional seperti ISO 9001 atau sertifikasi halal juga menjadi hambatan masuk ke pasar global. Hal ini menuntut adanya strategi manajemen yang komprehensif untuk mengatasi kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang eksternal (Ramadhani, 2025).

Tabel 1. Matriks SWOT UMKM Batik Jambi

Faktor	Internal	Eksternal
Positif	**Strengths (Kekuatan):** 1. Motif unik bernilai budaya tinggi (Angso Duo, Batanghari) 2. Proses pembuatan handmade tradisional 3. Warisan budaya lokal Melayu Jambi 4. Harga bersaing di segmen premium	**Opportunities (Peluang):** 1. Nilai ekspor batik nasional USD 193,5 juta (2022) 2. Permintaan tinggi di AS, Jepang, dan Eropa 3. Dukungan program pemerintah UMKM Go Global 4. Platform e-commerce internasional
Negatif	**Weaknesses (Kelemahan):** 1. Kapasitas produksi terbatas 2. Keterbatasan modal dan akses pembiayaan 3. Minimnya SDM terampil yang terdokumentasi 4. Belum memiliki sertifikasi HAKI resmi	**Threats (Ancaman):** 1. Persaingan batik printing dari Malaysia dan Tiongkok 2. Regulasi ketat di negara tujuan ekspor 3. Fluktuasi nilai tukar rupiah 4. Pemalsuan motif batik lokal

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Matriks TOWS berikut merumuskan empat kelompok strategi berdasarkan kombinasi faktor-faktor di atas:

Tabel 2. Matriks TOWS dan Rumusan Strategi

TOWS Matrix	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	**Strategi S-O:** Memanfaatkan keunikan motif budaya untuk menembus pasar ekspor Jepang	**Strategi W-O:** Mengakses program KUR dan pendampingan UMKM

	dan Eropa secara aktif melalui pameran internasional.	pemerintah untuk meningkatkan kapasitas produksi.
Threats (T)	**Strategi S-T:** Memperkuat branding ‘authentic handmade Batik Jambi’ dan mendaftarkan HAKI sebagai diferensiasi terhadap produk tiruan.	**Strategi W-T:** Membentuk koperasi pengrajin untuk efisiensi biaya dan pemenuhan standar sertifikasi ekspor bersama.

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Strategi pertama yang direkomendasikan adalah memanfaatkan keunikan motif Batik Jambi untuk melakukan penetrasi pasar ekspor secara aktif melalui branding berbasis nilai budaya (Strategi S-O). Sebagaimana diungkapkan oleh Kotler & Keller (2008) yang dikutip dalam penelitian UMKM Jambi (Jamira et al., 2023), positioning produk yang kuat berbasis identitas budaya mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Strategi ini dapat diimplementasikan melalui partisipasi aktif dalam pameran dagang internasional, pengembangan cerita brand (brand storytelling) yang menonjolkan filosofi setiap motif batik, serta kolaborasi dengan diaspora Indonesia di luar negeri sebagai ambassador produk lokal.

Untuk mengatasi keterbatasan modal dan kapasitas produksi (Strategi W-O), UMKM Batik Jambi perlu memanfaatkan berbagai program dukungan pemerintah yang tersedia. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan berbagai skema pembiayaan UMKM dari perbankan nasional dapat menjadi sumber modal yang terjangkau. Pengalaman dari Kampung Batik Laweyan Surakarta yang berhasil meningkatkan kesiapan ekspor melalui program literasi keuangan terbukti relevan untuk diadaptasi di Jambi.

Menghadapi ancaman pemalsuan dan reproduksi motif tanpa izin oleh produsen asing (Strategi S-T), UMKM Batik Jambi perlu segera mendaftarkan motif-motif khasnya sebagai kekayaan intelektual yang dilindungi hukum. Pendaftaran HAKI, baik di tingkat nasional maupun internasional, akan menjadi benteng hukum sekaligus alat pemasaran yang menegaskan keaslian produk. Label ‘Certified Authentic Batik Jambi’ dapat menjadi elemen diferensiasi yang kuat di mata konsumen internasional.

Strategi terakhir adalah mendorong terbentuknya koperasi atau asosiasi pengrajin Batik Jambi sebagai entitas kolektif (Strategi W-T) yang mampu memenuhi pesanan ekspor dalam skala lebih besar, berbagi biaya sertifikasi, dan menegosiasikan harga bahan baku yang lebih kompetitif. Model koperasi pengrajin ini juga dapat berfungsi sebagai wadah pelatihan bersama, transfer pengetahuan antaranggota, serta platform untuk mengakses dukungan teknis dari lembaga-lembaga terkait seperti Balai Besar Kerajinan dan Batik di bawah Kementerian Perindustrian.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa UMKM batik Jambi memiliki potensi besar untuk dikembangkan ke pasar ekspor melalui penerapan manajemen strategik yang tepat. Keunggulan berupa motif khas, proses handmade tradisional, serta penggunaan pewarna alami menjadi modal penting dalam menghadapi tren eco-fashion global. Namun, kelemahan internal seperti keterbatasan modal, kapasitas produksi yang rendah, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital masih menjadi hambatan utama. Dari sisi eksternal, peluang besar datang dari meningkatnya permintaan produk budaya di pasar internasional, sementara ancaman berupa persaingan dengan

batik printing dari luar negeri, regulasi ketat, serta keterbatasan sertifikasi internasional tetap menjadi tantangan signifikan. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang relevan adalah branding berbasis budaya lokal, pemanfaatan program pemerintah untuk peningkatan kapasitas produksi, pendaftaran HAKI sebagai perlindungan hukum, serta pembentukan koperasi pengrajin untuk efisiensi biaya dan pemenuhan standar ekspor.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan karya tulis ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi kepada Dwi Aprilia, M. Aidil Putra, Muhammad Surya Dharma, Wildayanti, dan Agustina Mutia atas penelitian berjudul *"Analisis Manajemen Strategik Pada UMKM Kerajinan Tangan Batik Jambi Dalam Pengembangan Pasar Ekspor"* yang telah memberikan wawasan, data, dan referensi yang sangat bermanfaat dalam memperkaya pembahasan serta mendukung penyusunan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, atas kontribusinya dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian terkait UMKM Batik Jambi.

Semoga karya ilmiah yang telah dihasilkan dapat terus memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan perluasan pasar ekspor kerajinan Batik Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

Amry, A. D., Rahmawati, I., Agustin, S. M., Fitria, N. B., Anggi, A., & Purnama, A. (2024). Analisis strategi dan peningkatan daya saing produk Batik Jambi. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(6), 427–436.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.

Jamira, A., Sari, R., & Putra, H. (2023). Positioning produk UMKM berbasis budaya lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(2), 115–128.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.

Ramadhani, D. K. (2025). Strategi pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing UMKM ekonomi kreatif Batik Jambi di Seberang Kota Jambi. Universitas Jambi Repository.

Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zamzami, Z., Dahmiri, D., Yanti, O., & Maisyarah, N. D. (2025). Optimalisasi strategi UMKM Batik Jambi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan budaya. Universitas Jambi Repository.