

## STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SIGER ROEMAH BATIK MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DAN *SWOT ANALYSIS*

<sup>1</sup>Faradila Susanti, <sup>2</sup>Siti Suprihatin, <sup>3</sup>Sangidatus Sholiha

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung, Indonesia

[farradilla464@gmail.com](mailto:farradilla464@gmail.com), [sitisupri3@gmail.com](mailto:sitisupri3@gmail.com), [sangidatus@gmail.com](mailto:sangidatus@gmail.com)

### ABSTRACT

*Siger Roemah Batik in Bandar Lampung faces challenges such as limited use of digital platforms, lack of product design variety, and low market visibility. These issues hinder competitiveness and growth amid strong batik industry competition. This study aims to analyze Siger Roemah Batik's business model and develop strategies using Business Model Canvas (BMC) and SWOT Analysis. The qualitative descriptive method was applied, with data gathered from interviews, observations, and questionnaires. The nine BMC elements were evaluated to identify internal and external factors. Results show that combining BMC and SWOT provides deep insight into the business model and supports innovative strategy formulation. Suggested strategies include product diversification, optimizing distribution channels, strengthening customer relationships, and integrating digital platforms to expand market reach. Applying BMC and SWOT proves effective for sustainable MSME business strategies. For further research, it is recommended to conduct direct observation to measure the effectiveness of the strategy and conduct comparative studies with other batik MSMEs for insight into key success factors and explore product innovation and digital marketing to increase market appeal in the digital era.*

*Keyword: Batik, Business Model Canvas, Business Strategy, MSMEs, SWOT Analysis*

### ABSTRAK

Siger Roemah Batik di Bandar Lampung menghadapi tantangan bisnis seperti terbatasnya pemanfaatan platform digital, kurangnya variasi desain produk, dan rendahnya visibilitas pasar. Hal ini menghambat daya saing dan pertumbuhan usaha di tengah ketatnya persaingan industri batik. Penelitian ini bertujuan menganalisis model usaha bisnis Siger Roemah Batik dan merumuskan strategi pengembangan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis*. Metode yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, dengan data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Evaluasi dilakukan terhadap sembilan elemen BMC untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi BMC dan *SWOT Analysis* memberikan pemahaman mendalam terhadap model bisnis serta mendukung perumusan strategi inovatif. Strategi yang disarankan meliputi diversifikasi produk, optimalisasi distribusi, penguatan hubungan pelanggan, dan integrasi digital untuk memperluas pasar. Penerapan BMC dan SWOT terbukti efektif dalam merancang strategi bisnis UMKM yang berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan pengamatan langsung guna mengukur efektivitas strategi dan melakukan studi komparatif dengan UMKM batik lainnya untuk wawasan tentang faktor kunci keberhasilan dan mengeksplorasi inovasi produk dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya tarik pasar di era digital.

Kata kunci : Batik, *Business Model Canvas*, Strategi Bisnis, *SWOT Analysis*, UMKM

## PENDAHULUAN

Industri batik sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam pelestarian budaya sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat (Suryanto, 2019). Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan perkembangan teknologi digital yang pesat, pelaku usaha batik dituntut untuk berinovasi dan adaptif dalam mengelola bisnisnya (Prasetyo & Rahman, 2021). Siger Roemah Batik, sebagai salah satu UMKM di Bandar Lampung yang mengangkat motif batik khas daerah, menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usahanya. Batik sendiri merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki signifikansi tinggi dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai bagian dari seni tekstil tradisional, batik tidak hanya berfungsi sebagai elemen busana, tetapi juga merepresentasikan identitas nasional, nilai estetika, serta kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun (Sari, 2020). Keistimewaan batik tidak hanya tercermin dari teknik pembuatannya yang bersifat khas dan tradisional, tetapi juga dari makna simbolik yang melekat pada setiap motifnya, yang merepresentasikan nilai-nilai budaya dan filosofi masyarakat pembuatnya (Tiara & Syafii, 2023). Teknik pewarnaan kain menggunakan perintang lilin malam (*wax-resist dyeing*) menghasilkan pola-pola yang memiliki nilai estetika tinggi serta mencerminkan filosofi kehidupan dan struktur sosial masyarakat setempat (Yogi et al., 2024). Pengakuan batik sebagai Warisan Budaya Tak benda oleh UNESCO pada tahun 2009 semakin menegaskan pentingnya batik dalam identitas budaya Indonesia. Pengakuan ini menunjukkan bahwa batik bukan sekadar produk tekstil, tetapi juga medium ekspresi budaya yang merefleksikan sejarah, tradisi, serta nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. (Budi et al., 2024).

Industri batik di Lampung, termasuk Siger Roemah Batik, menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangannya. Berdasarkan berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Sapuan Bukowo (Kepala Divisi Produksi) dan Delta Ayu Ningbudi (Penjaga Galeri), diketahui bahwa strategi bisnis industri ini belum mengalami pembaruan sejak tahun 2021. Beberapa kendala utama yang dihadapi meliputi minimnya pemanfaatan teknologi digital, keterbatasan modal, kurangnya pelatihan sumber daya manusia, serta persaingan dengan batik cetak yang lebih murah. Selain itu, desain yang dihasilkan masih cenderung monoton, dengan pengembangan yang terbatas pada kain dan baju formal, sehingga kurang memberikan inovasi baru. Berdasarkan permasalahan tersebut, strategi bisnis Siger Roemah Batik perlu diperbarui dengan pendekatan yang lebih sistematis dan berbasis data. Pengembangan *Business Model Canvas* (BMC) menjadi salah satu solusi yang dapat diterapkan. Dalam konteks ini, dari sembilan blok dalam BMC, terdapat delapan blok yang perlu diperbarui dan menjadi fokus utama, yaitu *Key Partners*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationships*, *Channels*, *Customer Segments*, *Cost Structure*, dan *Revenue Streams*. Pengembangan pada aspek ini menjadi krusial karena inovasi pada setiap bagian bisnis dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha (Priambodo et al., 2024).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) telah banyak digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis pada berbagai sektor UMKM. (Satriyono et al., 2024), misalnya, menerapkan BMC pada usaha Omah Kopi Mandiri di Tulungagung dan menemukan bahwa digitalisasi dalam pemasaran dan distribusi mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini menyoroti pentingnya pemanfaatan teknologi dan e-commerce sebagai strategi utama dalam mengembangkan bisnis kopi. Sementara itu, (Mustaniroh et al., 2024) menggunakan BMC dalam analisis strategi bisnis keripik apel dengan menggabungkan pendekatan SOAR-AHP. Penelitian tersebut menegaskan fungsi BMC sebagai alat pemetaan sembilan blok utama model bisnis dan menambahkan analisis peluang strategis berbasis nilai positif. (Lestari & Muttaqin, 2024) mengintegrasikan BMC dengan SWOT *Analysis* dalam konteks UMKM di Desa Padamulya. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa kombinasi kedua pendekatan ini menghasilkan pemetaan bisnis yang lebih menyeluruh dan strategi pengembangan yang lebih terarah, dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. (Zain & Permata, 2024) juga

menggabungkan BMC dan *SWOT Analysis* dalam mengkaji pengembangan industri gula aren rumahan. Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman mendalam terhadap posisi strategis bisnis untuk mengoptimalkan aspek produksi, pemasaran, dan inovasi produk secara komprehensif. Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada sektor non-batik dan tidak secara spesifik membahas tantangan khas industri kreatif berbasis budaya, penelitian ini mengangkat konteks usaha batik tulis Siger Roemah Batik di Bandar Lampung. Fokus utamanya adalah pada tantangan konkret yang dihadapi, seperti rendahnya pemanfaatan platform digital, keterbatasan desain produk, dan visibilitas pasar yang rendah. Selain memetakan model bisnis melalui BMC dan menganalisis faktor internal-eksternal dengan *SWOT Analysis*, penelitian ini juga menawarkan strategi pengembangan yang lebih aplikatif, termasuk diversifikasi produk, optimalisasi distribusi, penguatan relasi pelanggan, serta integrasi digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih spesifik dan relevan dalam pengembangan UMKM batik tulis, serta memperkaya kajian model bisnis di sektor industri kreatif dan pelestarian budaya lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fokus utama penelitian ini mencakup dua aspek, yaitu: (1) menganalisis model bisnis yang saat ini dijalankan oleh Siger Roemah Batik, dan (2) merancang pengembangan model bisnis yang optimal melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dua dimensi, yaitu pengembangan literatur akademis dan manfaat praktis bagi para pemangku kepentingan, termasuk pelaku UMKM, pemerintah daerah, serta masyarakat umum. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berperan dalam memperkaya kajian akademik mengenai strategi bisnis, tetapi juga sebagai panduan dalam upaya pelestarian warisan budaya serta penguatan ekonomi lokal. Pendekatan yang komprehensif dalam penelitian ini berusaha menunjukkan bahwa tradisi dan inovasi dapat berjalan berdampingan untuk mendukung keberlanjutan industri kreatif di Indonesia.

## LANDASAN TEORI

### Batik sebagai Industri Kreatif di Indonesia

Batik merupakan salah satu produk budaya Indonesia yang memiliki nilai estetika dan filosofis tinggi. Selain sebagai warisan budaya, batik juga memiliki peran penting dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia (Yogi et al., 2024). Sebagai produk budaya, batik mencerminkan identitas lokal dan memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing ekonomi nasional. Industri batik di Indonesia, termasuk di Lampung, telah berkembang pesat, dan kini menjadi bagian penting dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang turut berkontribusi dalam penguatan ekonomi lokal (Ratna et al., 2024).

### *Business Model Canvas* (BMC)

*Business Model Canvas* (BMC) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk merancang dan menganalisis model bisnis. BMC pertama kali diperkenalkan oleh (Osterwalder & Pigneur, 2010) dan terdiri dari sembilan blok utama yang menggambarkan berbagai aspek penting dalam menjalankan sebuah bisnis.

- 1) *Key Activity* (Kegiatan Utama) – Aktivitas yang paling penting untuk menjalankan bisnis.
- 2) *Key Resources* (Sumber Daya) – Sumber daya utama yang diperlukan untuk menciptakan nilai.
- 3) *Key Partners* (Kerjasama) – Mitra bisnis yang berperan penting dalam menjalankan model bisnis.
- 4) *Value Proposition* (Keunggulan Produk) – Alasan utama mengapa pelanggan memilih produk atau layanan tertentu.
- 5) *Customer Relationships* (Hubungan Konsumen) – Strategi yang digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan.
- 6) *Channels* (Saluran Pemasaran) – Saluran distribusi yang digunakan untuk menjangkau pelanggan.

- 7) *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen) – Pembagian pasar menjadi segmen-segmen pelanggan dengan kebutuhan serupa.
- 8) *Cost Structure* (Struktur Biaya) – Biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis.
- 9) *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan) – Sumber pendapatan yang diperoleh dari produk atau layanan yang ditawarkan.

### SWOT Analysis

SWOT *Analysis* adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi atau bisnis (Karadzhev, 2025). Metode ini membantu pengambil keputusan dalam merumuskan strategi yang lebih baik dengan cara mengidentifikasi elemen internal dan eksternal yang mempengaruhi operasional bisnis. Berikut adalah penjelasan tentang masing-masing komponen SWOT:

- 1) *Straight* (Kekuatan): Faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis.
- 2) *Weaknesses* (Kelemahan): Faktor internal yang menjadi hambatan atau keterbatasan bagi bisnis.
- 3) *Opportunities* (Peluang): Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan bisnis.
- 4) *Threats* (Ancaman): Faktor eksternal yang dapat menjadi tantangan atau risiko bagi bisnis.

SWOT *Analysis* membantu perusahaan merumuskan strategi dengan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengeksplorasi peluang, dan mengantisipasi ancaman. Pendekatan ini relevan untuk menganalisis model bisnis Siger Roemah Batik saat ini, dan merancang pengembangan model bisnis optimal melalui integrasi dengan *Business Model Canvas* (BMC). Kombinasi SWOT *Analysis* dan BMC memungkinkan perancangan strategi yang adaptif dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

### METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Siger Roemah Batik, Jl. Bayam No.38, Beringin Raya, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada posisinya sebagai pusat operasional usaha batik yang sedang berkembang dan menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan bisnisnya, termasuk manajemen, tenaga kerja, dan konsumen. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan, terhitung mulai Desember 2024 hingga April 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang diperkaya dengan metode campuran (*mixed methods*). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena dalam konteks natural, serta memberikan pemahaman holistik mengenai implementasi model bisnis dalam industri batik. Sementara itu, penggunaan *mixed methods* bertujuan untuk mengintegrasikan data kualitatif dan kuantitatif demi hasil yang lebih komprehensif. Fokus penelitian ini terletak pada analisis sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) dan identifikasi faktor-faktor SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) di Siger Roemah Batik. Tujuan utama adalah menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis Siger Roemah Batik melalui integrasi kedua kerangka analisis tersebut. Tahapan penelitian dimulai dengan pengumpulan data sekunder, meliputi dokumen perusahaan, *website*, media sosial, dan studi literatur. Studi literatur ini secara spesifik bertujuan untuk mengkaji teori serta penelitian terdahulu yang relevan, khususnya terkait strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), model bisnis dalam industri kreatif, serta penerapan BMC dan SWOT *Analysis* di sektor industri batik. Selanjutnya, pada teknik pengumpulan data primer operasional, tahap pertama dilakukan wawancara mendalam dengan pemilik dan staf Siger Roemah Batik. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta pemahaman mereka terhadap tantangan yang dihadapi dalam pengembangan bisnis (Sugiyono, 2021). Selain wawancara, observasi langsung terhadap proses produksi dan pemasaran batik juga dilakukan untuk mendapatkan pemahaman lengkap tentang operasional sehari-hari

perusahaan. Tahap kedua pengumpulan data primer melibatkan penyebaran kuesioner. Sebanyak delapan kuesioner didistribusikan dalam dua fase: empat kuesioner pertama disebar kepada Kadiv Produksi, Penjaga Galeri Siger, dan dua konsumen Siger Roemah Batik untuk mengukur kondisi awal elemen-elemen BMC yang menjadi dasar perhitungan faktor internal dan eksternal (IFAS/EFAS) sebelum strategi dikembangkan. Empat kuesioner yang sama didistribusikan kembali kepada Kadiv Produksi, Perajin Batik, dan dua konsumen Siger Roemah Batik setelah proses pengembangan strategi dilakukan, guna mengevaluasi dampak dan perubahan pada elemen BMC serta memverifikasi efektivitas strategi yang diusulkan. Subjek dan informan penelitian ini adalah individu kunci yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait pengelolaan Siger Roemah Batik. Mereka meliputi Bapak Sapuan selaku Kepala Divisi Produksi, Deta Ayu Ningbudhi selaku penjaga galeri, Perajin Batik (untuk tahap kedua kuesioner), serta konsumen Siger Roemah Batik yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner guna mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Pemilihan subjek dan informan ini dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan keterlibatan langsung serta pemahaman mendalam terhadap proses bisnis yang sedang berlangsung (Saiprawati et al., 2024). Analisis BMC dilakukan untuk memetakan sembilan elemen utama dalam model bisnis Siger Roemah Batik, yang meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra kunci, struktur biaya, dan aliran pendapatan. Sementara itu, *SWOT Analysis* digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Hasil analisis BMC dan *SWOT* ini kemudian dianalisis secara bersamaan untuk memberikan pemahaman yang holistik mengenai posisi strategis Siger Roemah Batik dan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan meliputi dua pendekatan utama, yaitu *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis*. Kedua metode ini digunakan untuk mengevaluasi model bisnis saat ini dan mengidentifikasi strategi pengembangan yang lebih efektif.

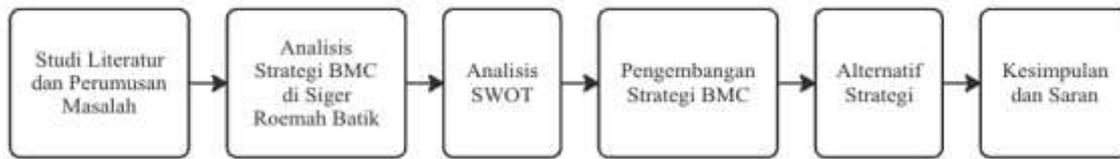
a. *Business Model Canvas* (BMC) berdasarkan (Alharethi & Kabil, 2024):

- 1) Memetakan kesembilan elemen BMC untuk mengevaluasi model bisnis yang sedang berjalan.
- 2) Model Bisnis (BMC) mempunyai 9 blok namun hanya 1 blok saja tidak perlu dikembangkan seperti *Key activities* (Kegiatan Utama) Namun, terdapat permasalahan terutama pada 8 blok yang harus dikembangkan seperti *Key Partners* (Kerjasama), *Key Resources* (Sumber Daya), *Value Proposition* (Keunggulan Produk), *Customer Relationships* (Hubungan Konsumen), *Channels* (Saluran Pemasaran), *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen), *Cost Structure* (Struktur Biaya) dan *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan).

b. *SWOT Analysis* (Dalton, 2018):

- 1) Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Siger Roemah Batik.
- 2) Mengintegrasikan hasil *SWOT Analysis* dengan BMC untuk menghasilkan strategi bisnis yang lebih efektif.

### Langkah-langkah Penelitian



Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian.

Berdasarkan Gambar 1, tahapan penelitian yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian di lapangan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Studi Literatur dan Perumusan Masalah

Studi Literatur merupakan tahap awal yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan laporan terkait topik yang diteliti (Goertel, 2023). Fokus utama adalah memahami konsep-konsep utama, tren terbaru, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik, yaitu strategi *Business Model Canvas* dalam konteks industri batik (Rangkuti, 2019). Setelah studi literatur, langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah penelitian yang jelas dan spesifik (Creswell, 2014). Dalam konteks ini, perumusan masalah akan mencakup identifikasi tantangan yang dihadapi oleh Siger Roemah Batik dalam menerapkan BMC, seperti elemen mana dari BMC yang tidak berjalan optimal atau potensi pengembangan yang diperlukan.

b. *Business Model Canvas* BMC di Siger Roemah Batik

Tahap ini melibatkan pengumpulan data mengenai bagaimana Siger Roemah Batik menggunakan *Business Model Canvas* dalam operasional bisnisnya. Setiap elemen BMC (*Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure*) akan dianalisis untuk memahami strategi saat ini. Melalui wawancara dengan Bapak Sapuan Bukowolo selaku Kadiv Produksi dan Delta Ayu Ningbudhi selaku penjaga galeri, analisis dokumen, dan observasi, peneliti akan menilai efektivitas dari model bisnis yang sedang diterapkan, serta mencari area yang memerlukan perbaikan.

c. *SWOT Analysis*

*SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats)* dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal dari strategi tersebut sehingga dapat diidentifikasi masalah untuk pengembangan strategi (Rangkuti, 2019). Setelah *SWOT Analysis*, hasilnya dikelompokkan ke dalam EFAS (*External Factors Analysis Summary*) yang berkaitan dengan Peluang dan Ancaman, serta IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) yang berkaitan dengan Kekuatan dan Kelemahan. Kemudian, dilakukan penentuan Bobot dan Rating untuk Faktor *Internal* dan *Eksternal*, memberikan rating dan bobot untuk setiap faktor berdasarkan seberapa baik Siger Roemah Batik dapat memanfaatkan peluang atau mengatasi ancaman (EFAS) dan seberapa kuat atau lemah kekuatan dan kelemahan tersebut (IFAS).

d. Pengembangan Strategi BMC

Berdasarkan temuan dari analisis tahap sebelumnya, tahap ini bertujuan untuk merancang pengembangan atau modifikasi terhadap strategi BMC yang digunakan (Pasaribu et al., 2023). Pengembangan ini dapat melibatkan perubahan pada proposisi nilai, saluran distribusi, atau model pendapatan. Tujuannya adalah untuk menghasilkan strategi BMC yang lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan perkembangan zaman saat ini serta satu tahun ke depan.

e. Kesimpulan dan Saran

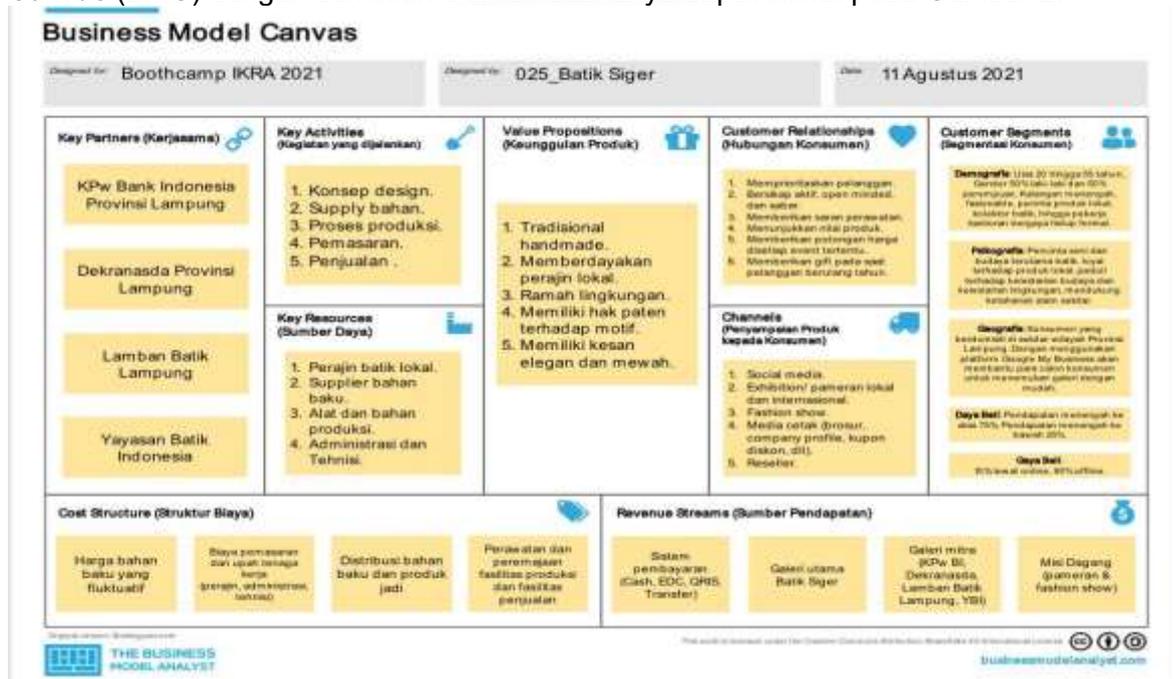
Pada tahap ini, peneliti merangkum temuan utama dari seluruh proses penelitian, termasuk *Business Model Canvas* (BMC), hasil pengembangan strategi, serta evaluasi SWOT. Kesimpulan yang disusun bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi bisnis yang telah diterapkan.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan oleh Siger Roemah Batik guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya. Rekomendasi ini mencakup perbaikan dalam aspek manajemen, inovasi produk, peningkatan kualitas layanan pelanggan, serta penguatan kolaborasi strategis dengan mitra bisnis. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang lebih efektif dalam pengembangan usaha batik tulis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Business Model Canvas (BMC) Siger Roemah Batik Sebelum Diperbarui**

Untuk memberikan visualisasi yang jelas mengenai model bisnis Siger Roemah Batik sebelum dilakukan inovasi dan perumusan strategi, menampilkan skema *Business Model Canvas* (BMC) dengan sembilan elemen utamanya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Strategi BMC 2021 Sebelum Diperbarui.

(Sumber: Data Siger Roemah Batik)

Gambar 2 menunjukkan *Business Model Canvas* (BMC) dari Siger Roemah Batik sebelum strategi baru diterapkan pada tahun 2021. Setiap komponen pada BMC ini memberikan gambaran yang jelas mengenai elemen-elemen penting dalam operasional bisnis mereka. Berikut adalah analisis dari masing-masing elemen yang terdapat dalam BMC tersebut:

a. **Key Partners (Mitra Utama)**

Siger Roemah Batik bermitra dengan KPw Bank Indonesia Lampung untuk dukungan finansial dan Dinas Perdagangan untuk regulasi serta promosi pasar lokal.

b. **Key Activities (Aktivitas Utama)**

Aktivitas kunci mencakup proses produksi batik (desain, pembuatan, finishing), pengembangan konsep, dan inovasi produk.

c. **Key Resources (Sumber Daya Utama)**

Sumber daya utama meliputi peralatan batik, bahan baku berkualitas dan ramah lingkungan, serta tenaga kerja terampil.

d. **Value Propositions (Proposisi Nilai)**

Siger Roemah Batik menawarkan desain yang memadukan tradisi dan modernitas, ramah lingkungan, serta pengalaman belanja unik.

e. **Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)**

Perusahaan ini membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui layanan personal, program loyalitas, dan keterlibatan komunitas.

- f. *Channels* (Saluran)  
Saluran distribusi mencakup toko fisik, media sosial (Instagram, Facebook), dan platform *e-commerce*.
- g. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)  
Siger Roemah Batik melayani beberapa segmen pelanggan, termasuk masyarakat lokal, wisatawan, dan pecinta batik.
- h. *Cost Structure* (Struktur Biaya)  
Biaya utama mencakup biaya produksi (bahan baku dan tenaga kerja), pemasaran, dan operasional.
- i. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)  
Pendapatan utama berasal dari penjualan langsung (toko fisik dan online), pesanan kustom, serta workshop/pelatihan.

Secara keseluruhan, Siger Roemah Batik memiliki fondasi bisnis yang kuat, namun masih menghadapi kendala seperti ketergantungan pada mitra eksternal, pemasaran digital yang belum optimal, dan struktur biaya tinggi. Segmentasi pelanggan luas belum diimbangi strategi diferensiasi yang jelas. Diperlukan pembaruan strategi melalui optimalisasi digital, inovasi produk, diversifikasi pendapatan, dan efisiensi biaya untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

### SWOT Analysis Sebelum Diperbaharui

Untuk memberikan gambaran awal kondisi internal dan eksternal Siger Roemah Batik sebelum dilakukan perumusan strategi, hasil analisis SWOT *existing* disajikan dalam beberapa tabel berikut. Tabel 1 menampilkan identifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) melalui matriks IFAS. Selanjutnya, Tabel 2 menyajikan analisis faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui matriks EFAS. Berdasarkan kedua analisis tersebut, rangkuman strategi awal yang dapat dirumuskan disajikan pada Tabel 3.

**Table 1. Analisis Faktor Internal (IFAS)**

Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
1. Kualitas produk terjamin dengan desain inovatif berbasis budaya Lampung.	1. Kapasitas produksi masih terbatas untuk memenuhi permintaan tinggi.
2. Mampu menggabungkan unsur tradisional dengan desain modern yang diminati pasar.	2. Belum optimal dalam pemasaran di marketplace internasional.
3. Kreativitas tinggi dalam inovasi produk berbasis motif khas budaya.	3. Terbatasnya tenaga ahli dalam pengembangan digital marketing dan desain.
4. Layanan pelanggan berbasis komunitas melalui media sosial berjalan efektif.	4. Keterbatasan modal untuk peningkatan kapasitas produksi.
5. Produk telah dipasarkan melalui berbagai platform <i>e-commerce</i> lokal dan global.	

**Table 2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS).**

Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
1. Meningkatnya minat pasar global terhadap produk budaya berbasis keberlanjutan.	1. Banyak pesaing dengan inovasi produk serupa.
2. Adanya dukungan pemerintah melalui kebijakan ekspor produk kreatif.	2. Harga bahan baku alami terus meningkat.
3. Tren penggunaan produk etnik di kalangan generasi muda.	3. Selera pasar yang beragam dan cepat berubah.
4. Potensi kemitraan dengan komunitas dan influencer untuk promosi global.	4. Adanya fluktuasi ekonomi memengaruhi daya beli pelanggan.

**Table 3. Strategi.**

Strategi S-O ( <i>Strengths-Opportunities</i> )	Strategi W-O ( <i>Weaknesses-Opportunities</i> )
1. Memaksimalkan pemasaran global dengan menjaga kualitas produk (S1, S2, O1).	1. Mengadakan pelatihan digital marketing bagi karyawan (W3, O2).
2. Mengoptimalkan inovasi produk modern untuk pasar ekspor (S2, S3, O1).	2. Menjalin kerja sama dengan mitra untuk memperluas akses pasar (W2, O4).

Strategi S-O ( <i>Strengths-Opportunities</i> )	Strategi W-O ( <i>Weaknesses-Opportunities</i> )
3. Membangun jaringan komunitas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (S4, O3).	3. Mencari dukungan pendanaan untuk peningkatan kapasitas produksi (W4, O2).
Strategi S-T ( <i>Strengths-Threats</i> )	Strategi W-T ( <i>Weaknesses-Threats</i> )
1. Memperkuat keunggulan desain dan kualitas produk untuk bersaing di pasar (S2, T1).	1. Melakukan efisiensi produksi untuk mengatasi kenaikan biaya bahan baku (W4, T2).
2. Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk menekan harga (S1, T2).	2. Meningkatkan kapasitas SDM untuk menciptakan produk berkualitas (W1, T3).
3. Memanfaatkan tren produk berkelanjutan sebagai selling point di pasar global (S3, T1).	3. Berinovasi dalam desain untuk memenuhi selera pasar yang beragam (W2, T3).

Pada tabel 1-3 *Analysis* yang dilakukan di Siger Roemah Batik memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi bisnis dan faktor-faktor yang memengaruhinya yaitu :

- Kekuatan (*Strengths*)** yang dimiliki bisnis ini, seperti kualitas produk yang terjamin, desain inovatif, dan kemampuan mengintegrasikan unsur tradisional dengan modern, menjadi aset berharga yang dapat dimanfaatkan untuk menarik pelanggan. Kreativitas dalam inovasi produk berbasis motif budaya Lampung dan layanan pelanggan berbasis komunitas melalui media sosial juga memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.
- Kelemahan (*Weaknesses*)** yang harus diatasi, seperti kapasitas produksi yang terbatas dan pemasaran yang belum optimal di pasar internasional. Keterbatasan tenaga ahli dalam digital marketing dan desain, serta keterbatasan modal untuk pengembangan kapasitas produksi, juga menjadi tantangan bagi pertumbuhan bisnis.
- Peluang (*Opportunities*)**, Siger Roemah Batik dapat memanfaatkan meningkatnya minat global terhadap produk budaya, dukungan pemerintah untuk ekspor produk kreatif, dan tren penggunaan produk etnik di kalangan generasi muda. Kemitraan dengan komunitas dan influencer juga dapat membuka jalan untuk promosi yang lebih luas.
- Ancaman (*Threats*)**, seperti banyaknya pesaing dengan inovasi produk serupa, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan selera pasar yang cepat. Ketidakstabilan ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli pelanggan juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan.

Berdasarkan hasil *SWOT Analysis* yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi strategis untuk pengembangan bisnis Siger Roemah Batik. Dengan merumuskan strategi yang tepat, seperti memaksimalkan pemasaran global dengan mempertahankan kualitas produk, serta meningkatkan inovasi dan efisiensi produksi, Siger Roemah Batik dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, seperti meningkatkan kapasitas produksi dan mencari dukungan pendanaan, juga sangat penting untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa Siger Roemah Batik memiliki potensi yang besar untuk berkembang dalam industri batik, jika dapat mengelola tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia secara efektif.

### **Business Model Canvas Setelah Diperbaharui**

Sebagai respons terhadap tantangan dan peluang yang teridentifikasi, usulan model bisnis baru Siger Roemah Batik yang telah diperbarui mencakup berbagai inovasi pada sembilan elemen BMC yang dirancang untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis dapat dilihat pada gambar 3.

Digital Business Model Canvas				
Key Partners (Kerjasama)	Key Activities (Kegiatan Utama)	Value Proposition (Keunggulan Produk)	Customer Relationships (Hubungan Konsumen)	Customer Segments (Segmentasi Konsumen)
<ul style="list-style-type: none"> <li>KIPW Bank Indonesia Provinsi Lampung</li> <li>Dekranasda Provinsi Lampung</li> <li>Perajin Batik Kota Bandar Lampung</li> <li>Perajin Sulam Tapis di Desa Sungai Langka Kab. Pemasaran</li> <li>Brand Lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep Design</li> <li>Supply Bahan Baku</li> <li>Proses Produksi</li> <li>Pemasaran</li> <li>Perjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Traditional Handmade</li> <li>Memperbanyak Perajin Lokal</li> <li>Ramai Lingkungan</li> <li>Memiliki Hak Paten Terhadap Motif</li> <li>Memiliki Kesan Elegan dan Newah</li> <li>Menghasilkan Produk Serasi Khas Ornamen Lampung</li> <li>Meningkatkan kapasitas dan peluang bagi perajin di wilayah</li> <li>Menghasilkan Produk Dengan Mengikuti Trend</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memprioritaskan Konsumen</li> <li>Bersikap Aktif, Terbuka, dan Solutif</li> <li>Memberikan Saran Perawatan</li> <li>Menunjukkan Nilai Produk</li> <li>Memberikan Custom Pada Event Terbatas</li> <li>Memberikan Gift Kepada Pengunjung Pada Saat Hari Raya</li> </ul>	<p>Pecinta seni dan budaya terutama batik tulis, loyal terhadap produk lokal, peduli terhadap kelestarian budaya dan lingkungan, fashionis, kolektor batik.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pegeusa Negeri dan Swasta</li> <li>Prakerja dan Mahasiswa</li> <li>Masyarakat Umum dan Macanegara</li> </ul>
<p><b>Cost Structure (Struktur Biaya)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Harga Bahan Baku yang Fluktuatif</li> <li>Distribusi Bahan Baku dan Produk Jauh</li> <li>Biaya Pemasaran dan Tenaga Kerja (Prjain, Administrasi, Tehnisi, Gaji Karyawan, Internet, Listrik, Pemasok)</li> <li>Perawatan dan Peremajaan Fasilitas Produksi dan Perjualan</li> </ul>	<p><b>Key Resources (Sumber Daya)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Perajin Batik Lokal</li> <li>Supplier Bahan Baku</li> <li>Alat dan Bahan Produksi</li> <li>Administrasi dan Tehnisi</li> <li>Komputer</li> <li>WiFi</li> <li>Transportasi Kandangan</li> <li>Layanan pengiriman</li> </ul>	<p><b>Channels (Saluran Pemasaran)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Exhibition/ Pameran Lokal dan Internasional</li> <li>Fashion Show</li> <li>Pengobatan Branding USP Produk Website</li> <li>Linktree, Katalog, Shopee,</li> <li>Personal Chat</li> <li>Instagram</li> <li>Tiktok, Facebook</li> <li>Event</li> </ul>	<p><b>Revenue Streams (Aliran Pendapatan)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sistem Pembayaran Cash, EDC, QRIS, Transfer, Oent, E-Wallet, Mobile Banking, E-Banking, Vix</li> <li>Galeri Utama Batik Siger</li> <li>Dekranasda Provinsi Lampung</li> <li>Mai Dagang Pameran, Fashion Show, Event, Branding Pemasaran</li> <li>LXP Siger Rumah Batik</li> </ul>	

Gambar 3. Strategi BMC 2025 Setelah Diperbarui.

Gambar 3 menjelaskan strategi alternatif untuk meningkatkan keuntungan usaha Siger Roemah Batik berdasarkan SWOT Analysis dan 8 elemen *Business Model Canvas*. Strategi ini mencakup berbagai aspek bisnis, seperti memperluas kerja sama dengan pemasok dan platform e-commerce (*Key Partners*), mengembangkan produk inovatif dan pemasaran digital yang lebih efektif (*Key Activities*), serta investasi dalam teknologi dan tenaga ahli (*Key Resources*). Selain itu, peningkatan hubungan pelanggan melalui program loyalitas dan interaksi di media sosial (*Customer Relationships*), diversifikasi saluran pemasaran ke marketplace global (*Channels*), serta fokus pada segmen pelanggan tertentu seperti generasi muda dan pecinta batik (*Customer Segments*) juga menjadi bagian dari strategi ini. Optimasi struktur biaya dan negosiasi dengan pemasok (*Cost Structure*), serta penciptaan aliran pendapatan baru melalui produk kustom dan kursus batik (*Revenue Streams*), turut diusulkan untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha (Wiswasta et al., 2018).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap strategi pengembangan bisnis, dapat disimpulkan bahwa Pembaruan *Business Model Canvas* (BMC) Siger Roemah Batik menunjukkan strategi yang lebih adaptif dan inovatif dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas bisnis. Dengan memperluas kemitraan, terutama dengan pemasok berkualitas dan platform e-commerce, Siger Roemah Batik dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok dan akses pasar. Fokus pada pengembangan produk inovatif dan pemasaran digital yang lebih efektif memungkinkan bisnis untuk menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas, terutama generasi muda dan pasar internasional. Investasi dalam teknologi dan tenaga ahli juga meningkatkan kualitas produksi dan daya saing produk. Selain itu, optimalisasi hubungan pelanggan melalui program loyalitas serta interaksi aktif di media sosial memperkuat retensi pelanggan. Diversifikasi saluran pemasaran dan aliran pendapatan, termasuk melalui produk kustom dan kursus batik, memberikan stabilitas finansial yang lebih baik. Secara keseluruhan, strategi pembaruan ini menghasilkan model bisnis yang lebih efisien, fleksibel, dan responsif terhadap dinamika industri batik, sehingga meningkatkan peluang pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

### SWOT Analysis Setelah Diperbaharui

Berdasarkan temuan dari analisis faktor internal dan eksternal Siger Roemah Batik, selanjutnya dirumuskan berbagai alternatif strategi pengembangan. Rincian strategi ini, yang merupakan output dari analisis SWOT terintegrasi, disajikan pada Tabel 4-6.

Table 4. Analisis Faktor Internal (IFAS).

Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
<ol style="list-style-type: none"> <li>Desain berbasis identitas lokal yang memiliki daya tarik tinggi.</li> <li>Kemampuan untuk mengadaptasi tren internasional dengan tetap mempertahankan unsur tradisional.</li> <li>Peluang untuk memberikan layanan custom atau made-to-order kepada pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kapasitas karyawan di bidang digital marketing masih terbatas.</li> <li>Kurangnya variasi warna dan inovasi desain.</li> </ol>

Table 5. Analisis Faktor Eksternal (EFAS).

Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
<ol style="list-style-type: none"> <li>Peningkatan minat pasar global terhadap produk budaya berbasis keberlanjutan.</li> <li>Dukungan pemerintah untuk ekspor produk kreatif.</li> <li>Tren yang terus diminati.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Banyak pesaing dengan inovasi desain serupa.</li> <li>Harga bahan baku terus meningkat.</li> <li>Perubahan selera pasar yang cepat.</li> </ol>

Table 6. Strategi.

Strategi S-O ( <i>Strengths-Opportunities</i> )	Strategi W-O ( <i>Weaknesses-Opportunities</i> )
<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan daya tarik desain untuk pasar internasional (S1, S2, O1).</li> <li>Menggunakan identitas lokal sebagai nilai jual pasar global (S1, O1).</li> <li>Mengadakan workshop pelatihan dan mengikuti event untuk memperluas promosi (S3, O2).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengadakan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kapasitas karyawan (W1, O2).</li> <li>Mengoptimalkan pemasaran online untuk menjangkau pasar lebih luas (W2, O1).</li> <li>Menambah variasi warna dan desain yang lebih inovatif (W2, O3).</li> </ol>
Strategi S-T ( <i>Strengths-Threats</i> )	Strategi W-T ( <i>Weaknesses-Threats</i> )
<ol style="list-style-type: none"> <li>Menciptakan produk-produk selain pakaian untuk memperluas pangsa pasar (S1, T1).</li> <li>Memberikan layanan produk custom atau made-to-order sesuai keinginan pelanggan (S2, T3).</li> <li>Memanfaatkan tren koleksi musiman sebagai selling point utama (S3, T3).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Berkolaborasi dengan desainer lokal untuk menciptakan koleksi edisi terbatas yang eksklusif (W1, T1).</li> <li>Ciptakan variasi produk dengan berbagai segmen harga untuk menjangkau pasar lebih luas (W2, T2).</li> <li>Meningkatkan branding produk di e-commerce untuk mendukung efisiensi dan daya saing (W2, T3).</li> </ol>

Berdasarkan tabel 4-6, SWOT *Analysis* yang diperbaharui untuk Siger Roemah Batik memberikan gambaran yang lebih jelas tentang posisi perusahaan di pasar serta strategi yang dapat diambil untuk memaksimalkan potensi dan mengatasi tantangan. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kekuatan (*Strengths*) Siger Roemah Batik terletak pada desain berbasis identitas lokal yang memiliki daya tarik tinggi, yang mampu menarik perhatian konsumen domestik dan internasional. Selain itu, kemampuan perusahaan untuk mengadaptasi tren internasional sambil mempertahankan unsur tradisional memberikan nilai tambah yang unik. Layanan custom atau made-to-order juga menjadi keunggulan, memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka (Citraningsih & Wiranata, 2022).
- Kelemahan (*Weaknesses*) terutama dalam kapasitas karyawan di bidang digital marketing yang masih terbatas. Hal ini dapat menghambat efektivitas promosi dan penjualan di era digital. Selain itu, kurangnya variasi warna dan inovasi desain dapat membuat produk kurang menarik di pasar yang kompetitif.
- Peluang (*Opportunities*) terdapat peningkatan minat pasar global terhadap produk budaya yang berkelanjutan, yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan Siger Roemah Batik. Dukungan pemerintah untuk ekspor produk kreatif juga membuka

peluang baru untuk pertumbuhan bisnis. Selain itu, tren koleksi musiman yang terus berkembang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan.

- d. Ancaman (*Threats*) dari persaingan yang ketat dengan banyak pesaing yang menawarkan inovasi desain serupa. Kenaikan harga bahan baku juga dapat mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Selain itu, perubahan selera pasar yang cepat menuntut perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat potensi yang signifikan untuk penggunaan hasil analisis dalam perkembangan bisnis satu hingga dua tahun ke depan karena kekuatan yang dimiliki, seperti desain berbasis identitas lokal dan kemampuan beradaptasi dengan tren internasional, dapat dimanfaatkan untuk menarik minat pasar global dan meningkatkan daya tarik produk. Kelemahan yang diidentifikasi, seperti kapasitas karyawan di bidang digital marketing dan kurangnya variasi desain, memberikan peluang untuk pengembangan melalui pelatihan dan inovasi produk. Ini akan meningkatkan kompetensi tim dan daya saing produk. Peluang yang tersedia, seperti peningkatan minat pasar global dan dukungan pemerintah untuk ekspor, menunjukkan adanya jalan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Ancaman dari pesaing dan perubahan harga bahan baku dapat diatasi dengan strategi diferensiasi produk dan efisiensi operasional (Bhuwarka, 2022). Dengan pemanfaatan kekuatan dan peluang, serta mitigasi kelemahan dan ancaman, strategi yang dihasilkan dari *SWOT Analysis* ini dapat dijadikan dasar yang kuat untuk pengembangan bisnis dalam jangka waktu satu hingga dua tahun ke depan. Implementasi yang tepat dan adaptasi terhadap perubahan pasar akan menjadi kunci keberhasilan. Dengan *SWOT Analysis* ini, Siger Roemah Batik dapat merumuskan strategi yang lebih efektif, seperti memperkuat pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kemampuan pemasaran, memanfaatkan identitas lokal dalam promosi, dan memperkenalkan variasi produk untuk menjawab kebutuhan konsumen yang terus berubah. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan di pasar (Nopaldi & Narundana., 2024).

### Hasil Perhitungan IFAS (Faktor Internal) dan EFAS (Faktor Eksternal)

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor kunci, langkah selanjutnya adalah melakukan pembobotan dan penilaian terhadap setiap faktor tersebut. Hasil perhitungan bobot dan rating faktor-faktor SWOT yang menjadi dasar penentuan strategi dapat dilihat secara rinci pada Tabel 7.

Table 7. Hasil Perhitungan IFAS dan EFAS.

No	Parameter	Sebelum	Sesudah	Selisih
1	Segmen Pelanggan	62	82,25	20,25
2	Proporsi Nilai	63	82,75	19,75
3	Saluran Pemasaran	53,8	83	29,2
4	Hubungan Pelanggan	61,5	84,25	22,75
5	Aliran Pendapatan	62,8	84,75	21,95
6	Sumber Daya Kunci	62,3	84,75	22,45
7	Aktifitas Utama	78	92,5	14,5
8	Kemitraan	59,3	82,25	22,95
9	Struktur Biaya	58,3	81,5	23,2

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 7, menunjukkan bahwa upaya pengembangan Strategi *Business Model Canvas* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kinerja sembilan elemen BMC Siger Roemah Batik. Hal ini terlihat dari peningkatan nilai rata-rata yang konsisten pada setiap parameter BMC setelah implementasi strategi, dengan nilai Sesudah yang secara substansial lebih tinggi dibandingkan nilai Sebelum.

Peningkatan ini mengindikasikan bahwa strategi yang dirumuskan berhasil meningkatkan efektivitas operasional, proposisi nilai, jangkauan pasar, dan pengelolaan sumber daya Siger Roemah Batik. Terutama, elemen seperti Saluran Pemasaran (selisih 29,2), Struktur Biaya (selisih 23,2), dan Kemitraan (selisih 22,95) menunjukkan peningkatan yang paling drastis, menandakan area-area tersebut mendapatkan intervensi strategis yang paling berdampak. Dengan demikian, hasil perhitungan ini memvalidasi bahwa pengembangan strategi BMC yang berbasis pada analisis komprehensif berhasil membawa perubahan positif dan signifikan pada model bisnis Siger Roemah Batik, mendorongnya ke arah yang lebih optimal dan kompetitif. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Susanti et al., 2024) yang menyatakan bahwa penerapan BMC, khususnya pada *value*, *channels*, dan *customer relationships*, berkontribusi besar terhadap peningkatan kinerja UMKM. Integrasi BMC dan SWOT dalam penelitian ini terbukti efektif dalam merumuskan strategi bisnis yang sistematis dan berkelanjutan. Namun, keterbatasan penelitian ini adalah kurangnya analisis faktor eksternal dan cakupan hanya pada satu perusahaan, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati.

## PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Siger Roemah Batik memiliki potensi besar untuk berkembang di industri batik Lampung dengan menerapkan strategi berbasis *Business Model Canvas* (BMC) dan *SWOT Analysis*. Evaluasi delapan elemen utama bisnis menunjukkan bahwa keunggulan utama terletak pada kualitas produk dan nilai budaya yang tinggi, namun tantangan seperti keterbatasan pemasaran digital, variasi desain, serta rendahnya visibilitas toko masih menjadi hambatan. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang diusulkan mencakup diversifikasi produk, optimalisasi saluran distribusi, penguatan hubungan pelanggan, serta integrasi platform digital untuk meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar.

Kekurangan dalam penelitian ini adalah belum dilakukannya pengamatan langsung terhadap dampak implementasi strategi sehingga efektivitasnya terhadap efisiensi operasional dan daya saing bisnis belum terukur secara empiris. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya, disarankan dilakukan pengamatan langsung guna mengukur efektivitas strategi tersebut. Studi komparatif dengan UMKM batik lainnya juga dapat memberikan wawasan tentang faktor kunci keberhasilan dalam industri ini. Selain itu, eksplorasi inovasi produk dan pemasaran digital yang lebih mendalam diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pasar di era digital. Terakhir, penelitian mengenai dampak sosial serta peran Siger Roemah Batik dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat dapat memberikan perspektif lebih luas mengenai kontribusi industri batik terhadap komunitas lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alharethi, T., & Kabil, M. (2024). Charting the Sustainable Course: Navigating the Saudi Arabia Medical and Wellness Tourism Roadmap with Business Model Canvas (BMC). *Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)*. <https://doi.org/10.3390/su16093856>
- Bhuwarka, K. (2022). Quantifying the drivers of long-term prices in materials supply chains. *Journal of Industrial Ecology*, 27(1), 141–154. <https://doi.org/10.1111/jiec.13355>
- Budi, S., Affanti, T. B., & Mataram, S. (2024). Ornamental Patterns of Contemporary Indonesian Batik: Clothing for Strengthening the Articulation of Appearance Characteristics. *Wacana Seni*. <https://doi.org/10.21315/ws2024.23.2>
- Citraningsih, D., & Wiranata, R. R. S. (2022). Analisis SWOT pembelajaran daring era pandemi covid-19 pada sekolah dasar. *Humanika*, 22(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v22i1.47092>. 21-40
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.

- Dalton, J. (2018). *SWOT Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)* (1st ed.). Apress. [https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4206-3\\_62](https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4206-3_62)
- Goertel, R. A. (2023). *The Cambridge Handbook of Research Methods and Statistics for the Social and Behavioral Sciences: Volume 1: Building a Program of Research*. 1, 65–84. <https://doi.org/10.1017/9781009010054.005>
- Karadzhev, V. (2025). How to Create the Best SWOT Analysis. *International Journal of Research and Review*, 12(1), 66–73.
- Lestari, F., & Muttaqin, R. (2024). Formulation of Business Development Strategy Through SWOT Approach and Business Model Canvas (Case Study on MSMEs in Padamulya Village). *International Journal of Finance Research*, 5(4). <https://doi.org/10.47747/ijfr.v5i3.2103>
- Mustanirah, A., Rana Putri, S., & Mahar Maligan, J. (2024). *Analysis of apple chips business development strategies using business model canvas approach and SOAR-AHP method*. 2, 223–234.
- Nopaldi, R., & Narundana., V. T. (2024). ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN INCREASING SALES AT SIGER ROEMAH BATIK LAMPUNG. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(4). <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i4.305>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons.
- Pasaribu, Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18.
- Prasetyo, H., & Rahman, F. (2021). Digitalisasi dan inovasi dalam UMKM: Studi kasus industri batik di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(1).
- Prijambodo, B., Fajrin, A. M., Susila, V., & Aziiza, A. A. (2024). Development of a sales information system to improve Batik Shop's sales efficiency. *Keluwih: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(1). <https://doi.org/10.24123/saintek.v5i1.6345>
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. %0AKEberhasilan suatu strategi yang telah ditentukan sangat bergantung pada seberapa besar strategi tersebut sesuai dengan perubahan lingkungan, persaingan, dan situasi organisasi. Buku yang membahas secara komprehensif teknik membedah kasus bisnis dengan
- Ratna, Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The Role of Innovation and Creativity in Business Management to Enhance SME Economy in the Creative Industry. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3). <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1473>
- Saiprawat, W., Suanda, J., Rahim, A., Johari, A. N., & Hamidi, M. F. (2024). Identifying Batik Buying Behaviour among Generation Z in Malaysia towards the Marketing Strategy Development for Batik Entrepreneurs. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 14(2).
- Sari, P. D. (2020). Identitas dan estetika batik dalam kebudayaan Indonesia. *Jurnal Tekstil Dan Budaya*, 7(2), 88-97.
- Satriyono, G., Meme, M., Vaulia, N., Rizky, E. P. S., & Agustina, E. (2024). Business Development Strategy Through The Business Model Canvas Approach of Omah Kopi Mandiri Tulungagung. *Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.31602/atd.v8i2.13923>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono* (3rd ed.).
- Suryanto, A. (2019). Peran ekonomi kreatif dalam pelestarian budaya Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 134-145.
- Susanti, D. A., Fithri, D. L., Gunawan, B., Budiman, N. A., Mulyani, S., & Nugraha, F. (2024). The Influence of Business Model Canvas on Financial Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Ecohumanism*, 3(6), 932–945. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i6.4062>

- Tiara, E. N., & Syafii. (2023). "Proses Produksi, Motif dan Makna Simbolik 'Batik Bangbangan Burung Hong' di Sanggar Batik Katura Trusmi Cirebon,." *Eduarts: Jurnal Pendidikan Seni*, 12(3), 1–15.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis swot : kajian perencanaan model, strategi, dan pengembangan usaha*. Universitas Mahasaraswati Press. <https://lppm.unmas.ac.id/unmas-press/unmaspress-44>
- Yogi, A. K. S. A. Y., Akbar, R. N., Fauzani, S. R., & Saddono., K. (2024). Warisan Budaya Dunia "Batik" sebagai Bahan Ajar Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing dalam Mendukung Internasionalisasi Bahasa Indonesia. *Fonologi : Jurnal Ilmuan Bahasa Dan Sastra Inggris*, 23. <https://doi.org/10.61132/fonologi.v2i3.910>
- Zain, P., & Permata, A. (2024). Business Development Strategy of Lumindai Palm Sugar Home Industry with BMC and SWOT Approach. *Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment*, 8(3). 10.29165/ajarcde.v8i3

