

**PERKEMBANGAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI  
KECIL DAN MENENGAH BATIK FASHION DI SOLO 2018  
(STUDI KASUS IKM BATIK BULE BULE DAN BATIK DAYONI)**

**Nama: Chitara Dyea Aghizta Nurdin**

**Jurusan/Program Studi: Ilmu Ekonomi / Bisnis Internasional**

**Pembimbing: Drs. Ec. H. Ahmad Zafrullah TN., M.S. dan Dr. Dra.ec. Hj.  
Made Siti Sundari, M.Si.**

**ABSTRAK**

Batik merupakan salah satu produk budaya Indonesia yang sangat unik dan kekayaan yang harus selalu dilestarikan dan dibudidayakan. Batik yang merupakan salah satu dalam produk di industri pengolahan, dimana industri pengolahan sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu dari Industri pengolahan yaitu IKM Batik *Fashion* yang berada di Solo. Hanya saja, IKM Batik *fashion* di Solo masih banyak memiliki kendala dalam hal pemasaran, modal, serta persaingan dengan perusahaan batik lainnya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi perkembangan IKM batik di Solo dan menyusun strategi-strategi apa yang dapat diterapkan oleh pelaku industri batik di Solo agar produknya dapat bersaing dalam pasar lokal maupun internasional. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka strategi yang tepat untuk mengembangkan IKM Batik *Fashion* adalah (1) pemasaran produk melalui media sosial dan *event fashion show*; (2) mengajukan proposal kepada pemerintah; (3) memasarkan tidak hanya di lingkup kota Solo saja melainkan ke seluruh Indonesia.

**Kata Kunci : IKM Batik *Fashion*, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan**

**DEVELOPMENT AND STRATEGY OF THE DEVELOPMENT OF SMALL  
AND MEDIUM INDUSTRY BATIK FASHION IN SOLO 2018  
(CASE STUDY OF IKM BULE BULE BATIK AND DAYONI BATIK)**

**Name : Chitara Dyea Aghizta Nurdin**

**Dicipline / Study Programme : Economics / International Business**

**Contributor : Drs. Ec. H. Ahmad Zafrullah TN., M.S. and Dr. Dra.ec. Hj. Made  
Siti Sundari, M.Si.**

**ABSTRACT**

*Batik is a very unique product of Indonesian culture and a treasure that must always be preserved and cultivated. Batik is one of the products in the processing industry, where the processing industry is very influential on economic growth in Indonesia. One of the processing industries is IKM Fashion Batik in Solo. However, IKM fashion batik in Solo still has many obstacles in terms of marketing, capital, and competition with other batik companies. The purpose of this study is to identify the development of the IKM batik in Solo and develop strategies that can be applied by batik industry players in Solo so that their products can compete in local and international markets. This research uses a qualitative approach through strengths, weaknesses, opportunities and threats. Based on the analysis carried out, the right strategies for developing IKM Batik Fashion are (1) product marketing through social media and fashion show events; (2) submit a proposal to the government; (3) marketing not only in the city of Solo but throughout Indonesia.*

**Keywords : IKM Fashion Batik, SWOT analysis, development strategy**