

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN UMKM BATIK WIKARSA MELALUI  
PEMANFAATAN PASAR EKSPOR INDONESIA-MALAYSIA  
*BATIK WIKARSA MSME BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY THROUGH  
UTILIZING THE INDONESIA-MALAYSIA EXPORT MARKET***

Citra Tiffany Fahira

Magister Desain Fakultas Industri Kreatif - Universitas Telkom

[citratiffanyf@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:citratiffanyf@student.telkomuniversity.ac.id)

**ABSTRAK**

Batik sebagai warisan budaya Indonesia, diakui sebagai warisan nenek moyang bangsa Indonesia. Batik adalah bagian yang sangat penting dari budaya Indonesia, di mana hampir setiap daerah di Indonesia memiliki batik yang khas, beragam, unik, menarik, dan mencerminkan budaya setempat. Batik secara kuat terhubung dengan tradisi adat istiadat bangsa Indonesia, sehingga memiliki nilai estetika yang otentik dan eksotis. Negara serumpun yaitu Malaysia memiliki kesamaan dalam hal tradisi adat istiadat dan kebudayaan salah satunya batik. Kesamaan antara Indonesia dan Malaysia yang memiliki produk batik dengan kekhasannya masing-masing, ketertarikan konsumen pada kedua negara terhadap produk batik, hubungan antar negara yang baik, serta adanya peluang ekspor berdasarkan kebijakan pemerintah Indonesia dan Malaysia. Oleh karena itu, penting untuk melestarikan batik di Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam industri batik menjadi salah satu pilar utama dalam upaya pelestarian batik. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM salah satunya adalah menentukan strategi desain yang tepat untuk melakukan ekspor batik. Masih jarang ditemukan adanya penelitian yang membahas mengenai hal tersebut, sehingga penulis melakukan penelitian mendalam mengenai strategi pengembangan desain UMKM Batik dalam melakukan kegiatan ekspor ke Negara Malaysia menggunakan Strategic Management Process Model. Ditemukan adanya kekuatan dan peluang yang dapat dikembangkan pada UMKM Batik Wikarsa dalam melakukan ekspor batik ke Malaysia, serta jenis produk, warna, motif batik, hingga material yang tepat digunakan bagi produk yang akan dipasarkan ke Malaysia.

Kata Kunci: Batik, Ekspor, Malaysia, Strategi, UMKM.