

## ABSTRAK

Batik Mahkota Laweyan merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dibidang fesyen yaitu pada sub-sektor batik tulis. Batik Mahkota Laweyan menjadi usaha mikro batik tulis tertua di Kota Solo dengan memiliki keunggulan pada motif yang mereka miliki. Motif kontemporer pada batik tulis hanya dimiliki oleh Batik Mahkota Laweyan sehingga menjadikan Batik Mahkota Laweyan menjadi satu-satunya bersertifikat SNI.

Meskipun memiliki keunggulan, menurut *owner* dan salah satu calon konsumen Batik Mahkota Laweyan menuturkan bahwa mereka memiliki tantangan pada pemasaran dan sumber daya manusia. Namun, data hasil wawancara sementara tersebut bukan menjadi masalah satu-satunya yang dihadapi oleh Batik Mahkota Laweyan sehingga diperlukan eksplorasi lebih jauh pada penelitian ini untuk meningkatkan nilai produk dari Batik Mahkota Laweyan.

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan *design thinking* dengan 3 latar belakang narasumber yang berbeda. Masing-masing narasumber berjumlah 8 orang. Kriteria dari narasumber adalah sesuai dengan kebutuhan latar belakang pada penelitian. Pendekatan yang digunakan menggunakan metode wawancara dan disajikan dengan deskriptif. Tujuan praktis dari penelitian ini adalah dapat menjadi solusi sebagai masukan dalam kasus resiko rugi yang Batik Mahkota Laweyan dapatkan.

Kata kunci: *Design thinking*, Batik, Nilai Produk, Usaha Mikro