

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Batik dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global dengan Pendekatan Analisis SWOT pada Alya Batik Trenggalek” ini ditulis oleh Dheni Nurrovikoh, NIM 17402153326, pembimbing Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan industri tekstil di seluruh dunia. Hal ini juga berimbas pada industri tekstil di Indonesia terutama industri batik yang banyak bermunculan di Indonesia, sehingga persaingan bisnis di industri ini tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan ini perusahaan harus bisa menyusun strategi pemasaran dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meminimalkan atau mencegah kelemahan dan ancaman yang mungkin terjadi di masa depan. Seperti pada Alya Batik Trenggalek strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh untuk mencapai tujuan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis global.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana pendekatan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran batik dalam menghadapi persaingan bisnis global pada Alya Batik Trenggalek? (2) Bagaimana strategi pengembangan batik yang dilakukan oleh Alya Batik Trenggalek?

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam terhadap informan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT yang berisi kolaborasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Strategi pemasaran dari hasil analisis SWOT ada empat yakni, Strategi SO : melakukan inovasi produk batik baik dari segi motif, pewarnan dan desain baju serta menonjolkan ciri khas. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk serta pelayanan. Memberikan potongan harga. Pemanfaatan teknologi untuk sarana promosi dan penjualan. Dengan memiliki legalitas dan Batik Mark dapat dimanfaatkan untuk mendapat kepercayaan dunia atas produk batik asli Indonesia. Strategi WO : mengikuti pelatihan dan memanfaatkan internet. Strategi ST : mengembangkan daya saing dalam berinovasi. Strategi WT : perbaikan kondisi perusahaan dan perluasan sistem pemasaran. (2) Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran 1 dimana perusahaan dapat menggunakan Strategi SO dalam mengembangkan produk batik.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Persaingan Bisnis, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT**

## ABSTRACT

The Thesis “**Marketing Strategy for Batik Products in Facing Global Business Competition with a SWOT Analysis Approach to Alya Batik Trenggalek**” is written by Dheni Nurrovikoh, NIM 17402153326. Department of Sharia Economics Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), State Islamic Institute (IAIN) of Tulungagung. Advised by: Lantip Susilowati, S.Pd., M.M.

This research is motivated by the rapid development of the textile industry throughout the world. It affects the textile industry in Indonesia, especially the batik industry which has sprung up in Indonesia, so business competition in this industry is unavoidable. By this competition, companies must be able to develop marketing strategies by maximizing the strengths and opportunities they have to minimize or prevent weaknesses and threats that may occur in the future. As in Alya Batik Trenggalek, marketing strategy is a comprehensive plan to achieve company goals in facing global business competition.

The focus of this researches are (1) How is the SWOT analysis approach to the marketing strategy of batik products in the face of global business competition in Alya Batik Trenggalek? (2) ) How is the strategy for developing batik products carried out by Alya Batik Trenggalek?

The research the approach is a qualitative approach with the type of descriptive approach. The technique of collecting data through in-depth interviews with informants. The data source in this research uses primary and secondary data. This study uses a SWOT analysis technique that contains collaboration both internal and external factors of the company.

The results of this study are : (1) The marketing strategy from the SWOT analysis results, first SO Strategy: innovating batik products both in terms of motifs, coloring and design of clothes and high lighting distinctive features. Improve and maintain product quality and service. Give a discount. Use of technology for promotional and sales facilities. Having legality and Batik Mark can be used to gain world trust in Indonesian original batik products. Second, WO Strategy: take training and use the internet. Third, ST Strategy: develop competitiveness in innovation. Fourth, WT Strategy : improvement of company conditions and expansion of the marketing system. (2) The company is in the first quadrant where the company can use the SO Strategy in developing batik products.

**Keywords: Marketing Strategy, Business Competition, Development Strategy, SWOT Analysis**