

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Produksi dan Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Berdasarkan Analisis SWOT di Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya industri tekstil dunia yang berimbang pada industri tekstil yang ada di Indonesia, terutama pada industri batik yang muncul di Indonesia sehingga menyebabkan persaingan bisnis antar sesama industri batik semakin tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan harus memiliki strategi produksi dan pemasaran tersendiri untuk menghadapi persaingan bisnis serta perusahaan diharuskan dapat menyusun strategi produksi dan pemasaran dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman di Batik Tulis Rahayu.

Adapun fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi produksi yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis ? (2) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis ? (3) Bagaimana pendekatan analisis SWOT terhadap strategi produksi dan pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek ?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dan jenis penelitian yang diambil adalah studi kasus. Subjek penelitian ini menggunakan pengumpulan sampel jenis *purposive sampling*. Sumber data yang diambil menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data menggunakan analisis SWOT, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Dari hasil pembahasan data yang telah dilakukan dapat diketahui adapun hasil penelitian ini adalah (1) strategi produksi yang diterapkan memperhatikan pemilihan bahan baku berkualitas dan tenaga kerja yang dipilih memiliki keahlian yang tinggi. Namun tidak ada target produksi karena proses produksi menyita waktu yang lama dan karyawan bekerja secara sambian dengan melakukan teknik produksi secara terputus-putus. Adapun kendala yang dihadapi yaitu kenaikan harga namun dapat diatasi dengan bijak. (2) strategi pemasaran dari segi produk mengutamakan kualitas bahan baku, produk yang inovatif. Harga yang ditetapkan berdasarkan bahan baku, biaya tenaga kerja, proses pembuatan, dan pengemasan. Sistem promosi dilakukan secara online, dari mulut ke mulut, dan dropship. Dan menerapkan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. (3) hasil analisis SWOT yaitu strategi SO sebagai batik pertama di Kabupaten Trenggalek yang memiliki legalitas usaha dan berada di tempat yang strategis serta meningkatkan kualitas dan inovasi produk serta memberikan diskon. WO: dengan mengikuti pelatihan. ST: dengan mengembangkan daya saing dan mempertahankan kualitas. WT: melakukan perbaikan kondisi perusahaan dan perluasan sistem pemasaran.

**Kata Kunci:** *Strategi Produksi, Pemasaran, Persaingan Bisnis, Analisis SWOT.*

## **ABSTRACT**

The Thesis "Analysis of Production and Marketing Strategies in Facing Business Competition Based on SWOT Analysis at the Sentra Batik Tulis Rahayu Submbergedong Trenggalek".

The research is motivated by the rapid growth of the world textile industry which has an impact on the textile industry in Indonesia, especially in the batik industry that emerged in Indonesia, causing business competition among batik industries to become increasingly unavoidable. With this competition, companies must have their own production and marketing strategies to deal with business competition and companies are required to develop production and marketing strategies by maximizing strengths and opportunities to minimize weaknesses and threats in Batik Tulis Rahayu.

The focus of research in writing the thesis is (1) How is the production strategy implemented by the Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek in facing business competition ? (2) How is the marketing strategy implemented by the Sentra Batik Tulis Rahayu Subergedong Trenggalek in facing business competition ? (3) How is the SWOT analysis approach to production and marketing strategies in dealing with business competition at the Sentra Batik Tulis Rahayu Sumbergedong Trenggalek ?

The method used in this study uses a qualitative approach with qualitative descriptive methods and the type of research taken is a case study. The subject of this study used a purposive sampling type of sample collection. Sources of data taken using primary and secondary data. Data collection techniques by observation, interview, and documentation. Data analysis techniques such as data reduction, data presentation using SWOT analysis, drawing conclusions and verification.

From the results of the discussion of the data that has been done, it can be seen that the results of this study are (1) The production strategy that is implemented takes into account the selection of quality raw materials and the selected workforce has high expertise. But there is no production target because the production process takes a long time and employees work in unison by carrying out intermittent production techniques. The obstacles faced are price increases but can be overcome wisely. (2) Marketing strategies in terms of products give priority to the quality of raw materials, innovative products. Prices are based on raw materials, labor costs, manufacturing processes and packing. The promotion system is done online, word of mouth, and dropship. And implement direct and indirect distribution channels. (3) The results of the SWOT analysis namely SO strategy as the first batik in Trenggalek Regency which has business legality and is an a strategic place as well as improving product quality and innovation ang providing discounts. WO: by attending training. ST: by developing competitiveness and maintaining quality. WT: improving company conditions and expanding the marketing system.

**Keyword:** *Production Strategy, Marketing, Bussiness Competition, SWOT Analysis.*

## الملخص

أطروحة بعنوان: تحليل استراتيجيات الإنتاج والتسويق في مواجهة المنافسة التجارية القائمة على تحليل في مركز باتيك للكتابة في

الدافع وراء هذا البحث هو النمو السريع لصناعة التسويق العالمية التي لها تأثير على صناعة الغزل والنسج في إندونيسيا ، وخاصة في صناعة الباتيك التي ظهرت في إندونيسيا ، مما تسبب في تفاقم المنافسة بين الصناعات الباتيك بشكل متزايد. مع هذه المنافسة ، يجب أن يكون لدى الشركات استراتيجيات إنتاج وتسويق خاصة بها للتعامل مع منافسة الأعمال ويتبعها على الشركات تطوير استراتيجيات الإنتاج والتسويق من خلال زيادة نقاط القوة والفرص للحد من نقاط الضعف والتهديدات في

محور البحث في كتابة هذه الأطروحة هو (١) كيف يتم تطبيق استراتيجية الإنتاج من قبل مركز باتيك للكتابة في مواجهة المنافسة التجارية؟ (٢) ما هي استراتيجية التسويق التي تتبناها مراكز في مواجهة المنافسة التجارية؟ (٣) ما هو نجاح تحليل استراتيجيات الإنتاج والتسويق في التعامل مع المنافسة التجارية في مركز؟

تستخدم الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة نهجاً نوعياً مع طرق وصفية نوعية ونوع البحث الذي يتم إجراؤه هو دراسة حالة. استخدم موضوع هذه الدراسة نوعأخذ عينات هادف من جمع العينات. مصادر البيانات المأخوذة باستخدام البيانات الأولية والثانوية. تقنيات جمع البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلة والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات مثل تقليل البيانات ، عرض البيانات باستخدام تحليل ، استخلاص النتائج والتحقق .

. من نتائج مناقشة البيانات التي تم إجراؤها ، يمكن ملاحظة أن نتائج هذه الدراسة هي (١) استراتيجية الإنتاج التي يتم تطبيقها تأخذ في الاعتبار اختيار المواد الخام عالية الجودة والقوى العاملة المختارة لديها خبرة عالية. ولكن لا يوجد هدف للإنتاج لأن عملية الإنتاج تستغرق وقتاً طويلاً ويعمل الموظفون في انسجام تام من خلال تطبيق تقنيات الإنتاج المتقطع. العقبات التي تواجهها هي زيادة الأسعار ولكن يمكن التغلب عليها بحكمة. (٢) استراتيجيات التسويق من حيث المنتجات تعطي الأولوية لجودة المواد الخام والمنتجات المبتكرة. تعتمد الأسعار على المواد الخام وتکاليف العمالة وعمليات التصنيع والتغليف. يتم تطبيق نظام الترويج عبر الإنترنت ، شهرياً ، ودرويشيب. وتنفيذ قنوات التوزيع المباشر وغير المباشر. (٣) نتائج تحليل وهي استراتيجية كأول الباتيك في الذي يتمتع بشرعية الأعمال ويقع في مكان استراتيجي بالإضافة إلى تحسين جودة المنتج والابتكار وتقديم خصومات. من خلال حضور التدريب.: من خلال تطوير القدرة التنافسية والحفاظ على الجودة.: تحسين ظروف الشركة وتوسيع نظام التسويق.

**الكلمات المفتاحية:** استراتيجية الإنتاج ، التسويق ، المنافسة التجارية ، تحليل.