

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing (studi pada Industri Gotin Batik Warlami Karanganyar Trenggalek)” ditulis oleh Ida Lailatul Fitriah, NIM 17402163370, dosen pembimbing Ali Maulidi, AC., M.A

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya kegiatan perindustrian, sehingga hal ini menimbulkan adanya persaingan dalam usaha. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki strategi bauran pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian “Strategi Bauran Pemasaran untuk meningkatkan daya saing (studi pada Industri Gotin Batik Warlami Karanganyar Trenggalek). Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah 1. Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan Industri Gotin Batik Warlami untuk meningkatkan daya saing. 2. Bagaimana Strategi bauran pemasaran yang dilakukan industri Gotin Batik Warlami. 3. Kendala apa yang dihadapi Industri Gotin Batik Warlami dan apa solusi untuk mengatasi kendala tersebut?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1. Strategi pemasaran yang dilakukan Industri Gotin Batik Warlami untuk meningkatkan daya saing, 2. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan industri Gotin Batik Warlami, 3. Kendala apa yang dihadapi Industri Gotin Batik Warlami dan apa solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dengan dokumentasi, wawancara, dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Strategi pemasaran yang dilakukan Industri Gotin Batik Warlami Karanganyar Trenggalek untuk meningkatkan daya saing dengan mengarah pada Indikator daya saing yaitu Biaya, Kualitas dan Waktu. 2. Strategi bauran pemasaran 4P dimana dalam strategi produk industri batik mengembangkan merek dagang, kemasan dan kualitas produk. Dalam strategi harga, mengacu pada kualitas produk dan menyajikan harga yang kompetitif. Dalam promosi, dengan mulut ke mulut, pameran, sosial media dan dibantu pemerintah Kabupaten Trenggalek. Dalam strategi tempat, dengan mendirikan lokasi produksi dirumahnya dan memperhatikan kebersihan tempat produksi. 3. Kendala yang dihadapi serta solusi yaitu dalam pemasaran adanya pesaing produk serupa, produk pesaing yang lebih kreatif dan inovatif, dan tenaga kerja kurang terampil. Adapun solusi dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada, mengkreasikan produk dengan warna, desain dan motif agar tidak kalah dengan pesaing lain, terus mengembangkan desain dan inovasi produk, dan memberikan pelatihan kepada karyawan.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Daya Saing

ABSTRACT

Thesis with the title “Marketing Mix Strategy to Improve Competitiveness (study on Industry Gotin Batik Warlami Karangany Trenggalek)” written by Ida Lailatul Fitria, NIM 17402163370, supervisor of Ali Maulidi, AC., MA

This research is motivated by the increasing number of activities industry, so this causes competition in the business. Therefore, every company must have a marketing mix strategy in the face of business competition. In this case the researchers conducted a research “Marketing Mix Strategy to Improve Competitiveness (studies on Industry Gotin Batik Warlami Karangany trenggalek)” The focus of Research in writing this thesis is 1. How is the marketing strategy carried out by Gotin batik Warlami to improve competitiveness, 2. How the marketing mix undertaken by Industry gotin Batik Warlami to improve competitiveness, 3. What the obstacles faced by Industry Gotin Batik Warlami in increasing competitiveness and what solutions to overcome the obstacles.

This study aims to find out : 1) Marketing strategies carried out by Industry Gotin Batik Warlami to improve competitiveness, 2) Marketing mix strategies carried out by the Industry Gotin Batik Warlami Karangany Trenggalek to improve competitiveness, 3). Knowing the obstacles faced and solutions that must be done by the Gotin industry Batik Warlami Karangany Trenggalek. This type of research is descriptive research. The data collection techniques are with documentations, interviews, and observations.

The result of this study indicate that: 1. Marketing strategies carried out by Industry Gotin Batik Warlami to improve competitiveness by leading to competitiveness indicators namely cost, quality, and time, 2. Marketing mix strategy 4P where in the Which batik industry product quality. In the price strategy, it refers to product quality and competitive prices. In the promotion, by mouth to mouth, exhibitions, social media and assisted by Trenggalek regency government. In place strategy, by establishing a production site. 3. Constraints faced and solutions in marketing are competitors of similar product, more creative and innovative competing products, and less skilled labor. As for the solution by maintaining existing quality, creating product with colors, designs and motifs so as not to lose competitiveness, continue to develop product designs and innovations, and provide training to employees.

Keyword : *Marketing mix, Competitiveness*