

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Sentra Industri Kecil Batik Lwang Wentar di Kabupaten Blitar”. Ditulis oleh Ya’ulil Albab, NIM. 12402183117, dengan dosen pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan di dunia usaha yang menekankan bahwa pentingnya memiliki strategi pemasaran khususnya produk batik yang meluas ke masyarakat umum sebagai bahan sandang. Hal tersebut menuntut pengusaha batik untuk dapat merumuskan kembali strategi yang tepat guna menarik pelanggan dalam jangka panjang sehingga dapat meningkatkan loyalitas, kepuasan pelanggan atau konsumen.

Rumusan masalah pada penelitian ini: 1) Bagaimana analisis SWOT terkait strategi pemasaran sentra industri kecil batik Lwang Wentar di Kabupaten Blitar. 2) Bagaimana strategi pemasaran sentra industri kecil batik Lwang Wentar di Kabupaten Blitar dengan menggunakan analisis SWOT. 3) Faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi penjualan produk batik Lwang Wentar di Kabupaten Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari pemilik usaha, karyawan, konsumen sentra industri kecil batik Lwang Wentar Kabupaten Blitar, Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten Blitar, serta Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Blitar. Ada empat metode dalam analisis data, yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini: 1) Analisis SWOT terkait pemasaran sentra industri kecil batik Lwang Wentar, diantaranya dalam diagram analisis SWOT sentra industri kecil batik Lwang Wentar berada di kuadran I yang memiliki kekuatan dan peluang untuk dimanfaatkan. (2) Strategi pemasaran sentra industri kecil batik Lwang Wentar menggunakan analisis SWOT, diantaranya Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. (3) Faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh dalam penjualan produk batik Lwang Wentar, diantaranya faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan sentra industri kecil batik Lwang Wentar, dan faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman sentra industri kecil batik Lwang Wentar.

Kata Kunci : Industri Kecil, Produk Batik, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy Analysis of Lwang Wentar Batik Small Industry Center in Blitar Regency". Written by Ya'ulil Albab, NIM. 12402183117, with the supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

This research is motivated by the developments in the business world which emphasizes the importance of having a marketing strategy, especially batik products that extend to the general public as clothing materials. This requires batik entrepreneurs to be able to reformulate the right strategy to attract customers in the long term so as to increase loyalty, customer or consumer satisfaction.

The formulation of the problem in this study: 1) How is the SWOT analysis related to the marketing strategy of the Lwang Wentar batik small industry center in Blitar Regency. 2) What is the marketing strategy for the Lwang Wentar batik small industry center in Blitar Regency using SWOT analysis. 3) What are the internal and external factors that affect the sales of Lwang Wentar batik products in Blitar Regency.

This study uses a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation and documentation. The data are sourced from business owners, employees, consumers of the Lwang Wentar batik small industry center, Blitar Regency, the Industry and Trade Office in Blitar Regency, and the Cooperatives and MSMEs Office in Blitar Regency. There are four methods in data analysis, namely collecting data, reducing data, presenting data, and drawing conclusions.

The results of this study: 1) SWOT analysis related to the marketing of the Lwang Wentar batik small industry center, including in the SWOT analysis diagram the Lwang Wentar batik small industry center is in quadrant I which has strengths and opportunities to be exploited. (2) The marketing strategy for the Lwang Wentar batik small industry center uses a SWOT analysis, including SO Strategy, WO Strategy, ST Strategy, and WT Strategy. (3) Internal factors and external factors that influence the sale of Lwang Wentar batik products, including internal factors that include the strengths and weaknesses of the Lwang Wentar batik small industry center, and external factors which include the opportunities and threats of the Lwang Wentar batik small industry center.

Keywords: Small Industry, Batik Products, Marketing Strategy