

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Menjaga Eksistensi Produk Kain Batik pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Analisis SWOT (Studi Pada UD. Kain Batik Ibu Tie Poek Kabupaten Trenggalek)” ditulis oleh Wening Indah Sari, NIM 12402173652 Pembimbing Bapak Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pandemi covid-19 mengakibatkan adanya penurunan dari segi produksi dan penjualan yang dialami oleh UD. Kain Batik Ibu Tie Poek.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) bagaimana mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UD. Kain Batik Ibu Tie Poek. (2) bagaimana strategi pemasaran UD. Kain Batik Ibu Tie Poek dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19. (3) bagaimana efektifitas penggunaan strategi pemasaran yang dilakukan UD. Kain Batik Ibu Tie Poek terhadap eksistensi produk kain batik pada masa pandemi covid-19.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) faktor internal yang menjadi kekuatan UD. Kain Batik Ibu Tie Poek adalah usaha milik pribadi, produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, motif yang beragam, bisa pesan motif sesuai selera konsumen, menyediakan kain dengan jenis pewarna alam, dan limbah yang dihasilkan dapat didaur ulang. Sedangkan kelemahan UD. Kain Batik Ibu Tie Poek adalah lokasi yang kurang strategis, kemasan yang sederhana dan tidak menarik, lilin yang sulit dibersihkan. Faktor eksternal yang menjadi peluang adalah sering di selenggarakan event-event pagelaran, pameran, perlombaan, bazar dan pelatihan edukasi, dan juga hubungan yang terjalin dengan baik dengan relasi-relasi usaha baik kedinasan maupun swasta. Sedangkan yang menjadi ancaman adalah pandemi covid-19, peraturan baru mengenai pakaian kerja dinas, trend pakaian motif tie die, dan persaingan usaha dengan produk batik bukan asli tulis dengan harga murah. (2) Strategi pemasaran yang digunakan oleh UD. Kain Batik Ibu Tie Poek adalah strategi SO yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan strategi agresif. (3) Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Kain Batik Ibu Tie Poek memiliki efektivitas dalam menjaga eksistensi produk kain batik terbukti dengan adanya peningkatan penjualan.

**Kata Kunci:** Batik, SWOT, Pemasaran

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy in Efforts to Maintain the Existence of Batik Fabric Products during the Covid-19 Pandemic Through SWOT Analysis (Study At sole proprietorship Batik Fabrics Mrs. Tie Poek, Trenggalek Regency)" written by Wening Indah Sari, Id Number 12402173652 Supervisor Dr. H. Dede Nurohman, M. Ag*

*This research was motivated by the Covid-19 pandemic resulting in a decline in terms of production and sales experienced by sole proprietorship Mrs. Tie Poek Batik Fabric.*

*The focus of the research in this thesis is (1) how to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats at sole proprietorship Mrs. Tie Poek Batik Fabric. (2) how is marketing strategy Tie Poek's Batik Fabric in increasing sales during the COVID-19 pandemic. (3) how effective is the use of marketing strategy by sole proprietorship Mrs. Tie Poek's Batik Fabric on the existence of batik fabric products during the covid-19 pandemic.*

*In this study the approach used is a qualitative approach. With data collection techniques through interviews, observation and documentation. This study uses a SWOT analysis technique.*

*The results of this study indicate that: (1) internal factors that become the strength of sole proprietorship Mrs. Tie Poek's Batik Fabric is a privately owned business, quality products, affordable prices, various motifs, can order motifs according to consumer tastes, provide fabrics with types of natural dyes, and the resulting waste can be recycled. While the weakness of sole proprietorship Mrs. Tie Poek's Batik Fabric is a less strategic location, simple and unattractive packaging, wax that is difficult to clean. External factors that become opportunities are often held performance events, exhibitions, competitions, bazaars and educational training, as well as well-established relationships with business relations, both official and private. Meanwhile, the threats are the covid-19 pandemic, the new regulations regarding official work clothes, the trend of tie-die motif clothing, and business competition with non-original batik products at low prices. (2) The marketing strategy used by sole proprietorship Mrs. Tie Poek's batik cloth is SO's strategy, which is to support the growth policy of an aggressive strategy. (3) Marketing Strategy carried out by sole proprietorship Mrs. Tie Poek's batik cloth has an effectiveness in maintaining the existence of batik cloth products as evidenced by an increase in sales.*

**Keywords:** *Batik, SWOT, Marketing*