

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Produk Batik dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Batik Satrio Manah Desa Bangoan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Inaha Rizki Fadilla, NIM. 12405193114, dengan dosen pembimbing Dr. Deny Yudiantoro, M.M.

Perkembangan industri saat ini ditandai dengan bermunculannya industri kecil dan menengah di berbagai daerah, yang menyebabkan persaingan dunia usaha semakin ketat. Penggunaan strategi pemasaran dalam membentuk strategi suatu bisnis mempunyai peranan yang penting untuk mencapai tujuan bisnis sehingga meningkatkan penjualan produk, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Fokus penelitian yaitu 1) Bagaimana sasaran pasar yang dilakukan UD Batik Satrio Manah Tulungagung dalam meningkatkan omset penjualan perusahaan ? 2) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan UD Batik Satrio Manah Tulungagung dalam meningkatkan omset penjualan perusahaan ? 3) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran pada UD Batik Satrio Manah Tulungagung ?

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang didasari oleh filsafat fenomenologis dan humanistik. Data-data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini didapatkan peneliti melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan UD Batik Satrio Manah dan konsumen UD Batik Satrio Manah. Observasi dan dokumentasi dilakukan dengan menganalisis informasi tentang strategi pemasaran yang diterapkan UD Batik Satrio Manah. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan dengan uji kredibilitas, uji transferabilitas dan uji konfirmabilitas.

Hasil Penelitian ini dapat diambil kesimpulan 1) Sasaran Pasar UD Batik Satrio Manah Tulungagung, 2) Strategi Pemasaran yang Dilakukan UD Batik Satrio Manah Tulungagung dan 3) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan UD Batik Satrio Manah Tulungagung dengan hasil temuan Sasaran pasar yang diterapkan oleh UD Batik Satrio Manah adalah dengan tidak memilih target pemasaran, Strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan omset penjualan UD Batik Satrio Manah Tulungagung menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu marketing mix 7P (*product, price, place, promotion, process, people, physical evidence*) dan Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan baik dari internal maupun eksternal UD Batik Satrio Manah. Saran untuk terus membuat inovasi motif baru dengan memanfaatkan potensi yang ada di Kabupaten Tulungagung, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omset Penjualan, Produk Batik

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy for Batik Products in Increasing Sales Turnover (Case Study of Batik Satrio Manah, Bangoan Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency)" written by Inaha Rizki Fadilla, NIM. 12405193114, with supervisor Dr. Deni Yudiantoro, M.M.

The current development of the industry is marked by the emergence of small and medium industries in various regions, which has resulted in increasingly fierce competition in the business world. The use of marketing strategies in forming a business strategy has an important role in achieving business goals so as to increase product sales, which can indirectly increase profits for the company.

The focus of the research is 1) How is the target market carried out by UD Batik Satrio Manah Tulungagung in increasing the company's sales turnover? 2) What is the marketing strategy carried out by UD Batik Satrio Manah Tulungagung in increasing the company's sales turnover? 3) What are the factors that influence marketing at UD Batik Satrio Manah Tulungagung?

This study uses qualitative research. Qualitative is an approach based on phenomenological and humanistic philosophy. The data used in this study are primary data and secondary data. This data was obtained by researchers through interviews with owners and employees of UD Batik Satrio Manah and consumers of UD Batik Satrio Manah. Observation and documentation are carried out by analyzing information about the marketing strategy implemented by UD Batik Satrio Manah. In analyzing the data researchers used 3 methods, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the findings is done by testing the credibility, transferability test and confirmability test.

The results of this study can be concluded 1) Target Market of UD Batik Satrio Manah Tulungagung, 2) Marketing Strategy Implemented by UD Batik Satrio Manah Tulungagung and 3) Factors Influencing Sales of UD Batik Satrio Manah Tulungagung with the findings Target market implemented by UD Batik Satrio Manah is by not choosing a marketing target, the marketing strategy implemented in increasing the sales turnover of UD Batik Satrio Manah Tulungagung uses a marketing mix strategy, namely the 7P marketing mix (product, price, place, promotion, process, people, physical evidence) and factors factors affecting sales both internally and externally at UD Batik Satrio Manah. Suggestions to continue to innovate new motifs by utilizing the potential that exists in Tulungagung Regency, so as to increase sales turnover.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Turnover, Batik Products