

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, And Threats* Guna Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Produk Batik Sri Siji Di Nganjuk Jawa Timur Dalam Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Zaqiatul Izza, NIM 17402163577, Pembimbing Dyah Pravitasari, S.E, M.S.A. NIP 197701022014032001.

Griya Batik Sri Siji merupakan Produk UMK dalam bidang kesenian batik yang ada di Nganjuk. Dalam hal ini Griya Batik Sri Siji berupaya menerapkan strategi yang tepat sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Analisis SWOT guna meningkatkan pangsa pasar. Mendeskripsikan Matrik IFAS dan EFAS, mendeskripsikan strategi yang dilakukan, mendeskripsikan kendala yang dihadapi oleh Griya Batik Sri Siji. Mendeskripsikan solusi dalam menghadapi kendala tersebut dan Ekonomi Islam memandang strategi yang dilakukan. Fokus dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana analisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan pada Griya Batik Sri Siji di Nganjuk Jawa Timur. 2) Bagaimana analisis SWOT (lingkungan eksternal dan lingkungan internal) guna meningkatkan pangsa pasar pada Griya Batik Tulis Sri Siji di Nganjuk Jawa Timur. 3) Bagaimana matrik EFAS dan IFAS pada analisis SWOT. 4) Bagaimana strategi yang dilakukan pada Griya Batik Sri Siji di Nganjuk Jawa Timur. 5) Apa saja kendala yang dihadapi Griya Batik Sri Siji dalam menerapkan strategi tersebut. 6) Bagaimana solusi dalam menghadapi kendala pada Griya Batik Sri Siji di Nganjuk Jawa Timur. 7) Bagaimana ekonomi islam memandang strategi yang dilakukan Griya Batik Sri Siji di Nganjuk Jawa Timur.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data-data yang telah diperoleh dari Griya Sri Siji selanjutnya akan dideskripsikan secara terperinci dan sesuai dengan keadaan yang terjadi pada Griya Batik Sri Siji, untuk kemudian dibandingkan dengan dengan teori yang sudah ada termasuk tinjauan dalam perspektif Islam.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk yang diterapkan Griya Batik Sri Siji dalam upaya meningkatkan pangsa pasar yaitu diimplementasikan melalui strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang strategi pemasaran produk dalam upaya meningkatkan pangsa pasar pada Griya Batik Sri Siji sudah baik hanya saja kurang optimal pada bagian promosi dengan menggunakan media sosial seharusnya ditingkatkan lagi supaya mempermudah mengakses informasi mengenai produk. Hal ini ditunjukkan dengan kurangnya presentase tingkat penjualan ditinjau dari media sosial.

Kata Kunci : Strategi bauran pemasaran, analisis SWOT, pangsa pasar.

ABSTRACT

The thesis entitled “analysis of Strength, Weakness, Opportunity, and Threats to Increase Market Share in Sri Siji Batik Products in Nganjuk, East Java in an Islamic Economic Perspective” was written by Zaqiatul Izza, NIM 17402163577, Supervisor Dyah Pravitasari, S.E, M.S.A. NIP 19770102201403200.

Griya Batik Sri Siji is a UMK product in the field of batik arts in Nganjuk. In this case Griya Batik Sri Siji seeks to apply the right strategy so that it can increase its market share. The purpose of this research is a type of qualitative research with a descriptive approach. The data that has been obtained from Griya Batik Sri Siji will then be described in detail and accordance with the conditions that occurred at Griya Batik Sri Siji, to then be compared with existing theories including reviews from an Islamic perspective. Search is to describe the SWOT analysis in order to increase market share. Describe the IFAS and EFAS matrices, describe the strategies undertaken, describe the obstacles faced by Griya Batik Sri Siji. Describe solution in dealing with these obstacles and Islamic economics views the strategies undertaken. The focus of this research is 1) how to analyze the marketing mix strategy applied to Griya Batik Sri Siji in Nganjuk, East Java. 2) how is the SWOT analysis (external environment and internal environment) to increase market share at the Sri Siji Batik Griya in Nganjuk, East Java. 3) how are the EFAS and IFAS matrices in the SWOT analysis. 4) what is the strategy carried out at Griya Batik Sri Siji in Nganjuk, East Java. 5) what are the obstacles faced by Griya Batik Sri Siji in implementing this strategy. 6) what are the solutions in dealing with obstacles to the Sri Siji Batik Griya in Nganjuk, East Java. 7) how do Islamic economists view the strategy carried out by Griya Batik Sri Siji in Nganjuk, East Java.

The results of the study indicate that the product that the product marketing strategy implemented by Griya Batik Sri Siji in an effort to increase market share is implemented through a marketing mix strategy consisting of product, price, promotion and place using SWOT analysis. Based on the research results obtained about the product marketing strategy in an effort to increase market share at Griya Batik Sri Siji, it's good, it's just that it's not optimal in the promotion section using social media, it should be improved again to make it easier to access information about products. This is indicated by the lack of a percentage of sales levels in terms of social media.

Keyword : marketing mix strategy, swot analysis, market share