

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Binti Dwi Ana Nurvitasari, NIM. 126405202124, pembimbing Dr. Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya industri batik di Kabupaten Blitar yang dapat menimbulkan persaingan antar usaha. Akan tetapi, hal ini justru membuat industri Batik LWang Wentar mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya. Dengan adanya kasus tersebut, owner Batik LWang Wentar pastinya memiliki strategi untuk terus meningkatkan penjualannya.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi produk dalam meningkatkan penjualan Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar? (2) Bagaimana strategi harga dalam meningkatkan penjualan Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar? (3) Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan penjualan Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar? (4) Bagaimana strategi tempat dalam meningkatkan penjualan Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar? (5) Bagaimana strategi saluran distribusi dalam meningkatkan penjualan Batik LWang Wentar Kabupaten Blitar?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi produk dengan menjual produk berkualitas dan menyediakan fasilitas yang lengkap, mengutamakan pelayanan pada produk yang ditawarkan, menerima pesananan dan menyediakan produk yang siap dijual, menyediakan produk yang beragam, memiliki surat hak cipta motif, merek, izin usaha, dan memberi label pada ujung kain batik serta memiliki beragam kemasan batik. (2) Strategi harga, menetapkan harga produk sesuai kualitas dan harga bahan baku pembuatan produk. (3) Strategi promosi, lebih banyak dilakukan dari mulut ke mulut seperti mengikuti kegiatan pameran atau memberikan edukasi/pelatihan. (4) Strategi tempat, berada dilokasi yang strategis dan memadai sebagai tempat produksi batik (5) Strategi saluran distribusi, pembeli batik dari luar kota dapat memesan melalui via WA dan paket akan dikirimkan melalui jasa pos.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran, Penjualan

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy in Increasing Sales in Batik LWang Wentar Blitar Regency" was written by Binti Dwi Ana Nurvitasari, NIM. 126405202124, supervisor of Dr. Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

This research was motivated by the phenomenon of increasing batik industry in Blitar Regency which can cause competition between businesses. However, this actually makes LWang Wentar's Batik industry experience an increase in sales every year. With this case, the owner of LWang Wentar Batik certainly has a strategy to continue to increase his sales.

The focus of this research is: (1) What is the product strategy in increasing sales of Batik LWang Wentar Blitar Regency? (2) What is the price strategy in increasing sales of Batik LWang Wentar Blitar Regency? (3) What is the promotion strategy in increasing sales of Batik LWang Wentar Blitar Regency? (4) What is the venue strategy in increasing sales of Batik LWang Wentar Blitar Regency? (5) What is the distribution channel strategy in increasing sales of Batik LWang Wentar, Blitar Regency?

This research uses a qualitative approach with a type of case study research. The data sources used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data presentation, and conclusions.

The results showed that: (1) Product strategy by selling quality products and providing complete facilities, prioritizing services on the products offered, taking orders and providing products that are ready to be sold, providing diverse products, having motif copyrights, brands, business licenses, and labeling the ends of batik fabrics and having a variety of batik packaging. (2) Price strategy, setting product prices according to the quality and price of raw materials for making products. (3) Promotional strategies, mostly carried out by word of mouth such as participating in exhibition activities or providing education/training. (4) Place strategy, located in a strategic and adequate location as a batik production site (5) Distribution channel strategy, batik buyer from outside the city can order via WA and the package will be sent via postal service.

Keywords: *strategy, marketing mix, sales*