

ABSTRAK

Izzatul Jannah (1720310197), *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing (Kasus Pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum Bakaran Kulon Juwana Pati)*. Skripsi, Kudus : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2021.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum, untuk mengetahui strategi yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk pada UMKM Batik Tulis Sekar Arum, untuk mengetahui apa saja faktor pendukung serta faktor penghambat Batik Tulis Sekar Arum dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, pendekatan penelitian kualitatif, sumber data primer dan sekunder serta menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari informan penelitian terkait dengan permasalahan penelitian yaitu : pemilik Batik Tulis Sekar Arum (Ibu Hartatik), karyawan dan pembeli. Penelitian ini menggunakan objek penelitian di UMKM Batik Tulis Sekar Arum Desa Bakaran Kulon Juwana Pati.

Hasil penelitian diketahui bahwa: 1) dalam meningkatkan daya saingnya Batik Tulis Sekar Arum dalam memasarkan produknya dengan menggunakan beberapa strategi pemasaran antara lain *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Selain itu juga mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yakni *product*, *price*, *place*, *promotion*. 2) strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan daya saing produk Batik Tulis Sekar Arum antara lain dengan melakukan berbagai cara seperti mempertahankan dan meningkatkan serta mempersamakan kualitas produk Batik Tulis nya, dengan melakukan inovasi dan kreatifitas suatu produk, menawarkan harga yang terjangkau, serta melakukan promosi produk Batik Tulis. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum senantiasa melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan praktik Rasulullah. Dalam kegiatan bisnisnya tidak hanya untuk memperoleh keuntungan bisnis semata, akan tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dalam bisnis. 3) adapun untuk faktor pendukung internal yaitu karyawan di Batik Tulis Sekar Arum mampu membuat desain motif Batik Bakaran dan desain motif batik luar daerah. Selain itu, faktor pendukung eksternal yaitu Batik Tulis Sekar Arum bekerja sama dengan lembaga pemerintahan desa dan lembaga pendidikan serta perhatian dari pemerintah kota Juwana terhadap Batik Tulis Sekar Arum melalui program-program pelatihan dan ajang pameran. Program-program ini tentu sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada Batik Tulis Sekar Arum. Sedangkan faktor penghambat internal yaitu terdapat karyawan yang tidak sesuai dengan kontrak kerja, akhirnya Batik Tulis Sekar Arum kuwalahan dengan jumlah pesanan yang besar tidak bisa dikerjakan secara maksimal. Untuk faktor penghambat eksternal yaitu terdapat banyaknya pesaing yang memproduksi produk yang sama, dan adanya pesaing yang menjelek-jelekkkan serta menjatuhkan produk Batik Tulis Sekar Arum.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Daya Saing.