



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BATIK BETAWI
TEROGONG**

SKRIPSI

SASTIKA SARASWATI 1610111181

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BATIK BETAWI
TEROGONG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SASTIKA SARASWATI 1610111181

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang ditujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sastika Saraswati

NIM : 1610111181

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 Juni 2020

Yang menyatakan,



(Sastika Saraswati)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sastika Saraswati
NIM : 1610111181
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BATIK BETAWI TEROGONG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 24 Juni 2020

Yang menyatakan,



(Sastika Saraswati)

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BATIK BETAWI
TEROGONG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SASTIKA SARASWATI 1610111181

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 02 Juli 2020 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Drs. Hariyanto Ridwan, M.M
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, M.M
Penguji I



Drs. Nobelson, M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, S.E., M.M
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, S.E., M.M Ketua
Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 02 Juli 2020

STRATEGY ANALYSIS ON BATIK BETAWI TEROGONG MARKETING

By Sastika Saraswati Abstract

Abstract

This research aimed to formulate a marketing strategy that can be applied by Batik Betawi Terogong. The focus of this research is to find out the marketing strategies that can be carried out by Batik Betawi Terogong through Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats analysis. This research method applied a qualitative approach through field research. The results of the SWOT analysis on the Betawi Terogong Batik business in both IFAS and EFAS matrices show that the SO strategy has the highest value among the ST, WO, WT and SW strategies and it can be seen that the position of the Betawi Terogong Batik is in quadrant 1 by implementing an aggressive strategy. The best strategy in developing the Betawi Terogong Batik business is the SO strategy. Which this strategy, the company will use all its strength to take advantage of every opportunity.

Keywords : Marketing Strategy, Strength Analysis, Weaknesses, Opportunities, Threats

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BATIK BETAWI TEROGONG

Oleh Sastika Saraswati

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh Batik Betawi Terogong. Fokus Penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Batik Betawi Terogong melalui analisis kekuatan (Strenght), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opprtunities), ancaman (Threats). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan. Hasil dari analisis SWOT pada usaha Batik Betawi Terogong dalam kedua matrik IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa strategi SO memiliki nilai yang paling tinggi diantara strategi ST, WO, WT dan SW serta dapat diketahui bahwasannya posisi Batik Betawi Terogong ini berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. strategi yang paling tepat dalam pengembangan usaha Batik Betawi Terogong adalah strategi SO. Dimana strategi ini pihak perusahaan akan menggunakan semua kekuatannya untuk mengambil dari setiap peluang yangtelah ada.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI **SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari Kamis, tanggal 02 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sastika Saraswati

NIM : 1610111181

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut: Analisis Strategi Marketing Batik Betawi Terogong

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus* / ~~*Tidak Lulus*~~

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Hariyanto Ridwan, MM	Ketua	
2	Dra. Pusporini, MM	Anggota I	
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II (**)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Juli 2020
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana

Wahyudi.,S.E.,MM.

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Batik Betawi Terogong**” ini berhasil diselesaikan. Berkenaan dengan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE.,Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.

Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Drs. Nobelson, M.M. selaku dosen pembimbing I, Ibu Renny Husniati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II, Bapak Drs. Hariyanto Ridwan, M.M. selaku Ketua Penguji dan Ibu Dra. Pusporini, M.M. selaku Penguji 1 yang telah memberikan bimbingan serta saran-saran yang amat bermanfaat bagi penelitian penulis, serta kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sepanjang masa perkuliahan.

Selain itu, ucapan terima kasih tak terhingga juga penulis sampaikan kepada Papah, dan Mamah selaku kedua orang tua dan juga adik-adik yang selalu ada untuk mendukung, dan juga mendo'akan penulis. Penulis juga berterima kasih kepada Pondok Cattleya; kamar T yang telah menjadi tempat bernaung penulis hingga hampir empat tahun lamanya. Dan juga para sahabat yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan selalu dengan sabar mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih kepada para teman teman Paguyuban; Eszy Celina Asmi, Dwitya Arum Sari, Saila Salsabila, Firdha Yulianty, Nabilah, Estiningtyas, Khairunnisa Reswara, dan Vina Khairan Nissa.

Teman teman Pernah IPA; Nuraisyah dan Trisha Natalia dan juga teman-teman Tentara PTN yang telah membantu penulis dalam meraih mimpi untuk bisa menjadi bagian dari keluarga besar manajemen UPNVJ. Juga rasa terimakasih penulis sampaikan kepada Meirina Purnama Ningrum dan Prisca Dwi Ratnasari, tim kelompok belajar bimbel Pondok Cattleya, teman-teman grup Toefl Labimkar,

serta teman-teman seperjuangan Manajemen S1 angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat, saya ucapkan terima kasih telah memberikan semangat dan telah banyak membantu penulis selama menjalani masa perkuliahan.

Jakarta, 24 Juni 2020

Sastika Saraswati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian	6
I.4. Manfaat Penelitian	6
I.5. Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1. Penelitian Terdahulu	8
II.2. Landasan Teori.....	9
II.2.1. Pengertian Pemasaran	9
II.2.2. Manajemen Pemasaran.....	11
II.2.3. Manajemen Strategik	12
II.2.4. Marketing Mix	15
II.2.5. Strategi Saluran Distribusi	21
II.2.6. Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	22
II.2.7. Industri Batik.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	25
III.1. Riset Penelitian	25
III.2. Lokasi Penelitian.....	25
III.3. Objek, Subjek Penelitian, dan Sumber Data	26
III.3.1. Objek Penelitian	26
III.3.2. Subjek Penelitian.....	26
III.3.3. Sumber Data.....	26
III.4. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	27
III.4.1. Teknik Pengumpulan Data.....	27
III.4.2. Teknik Pengolahan Data	29
III.5. Teknik Validasi Data.....	31
III.6. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	38
IV.1. Gambar Umum Penelitian.....	38
IV.1.2. Struktur Organisasi	39
IV.1.3. Temuan Penelitian.....	39
BAB V PEMBAHASAN	55
V.1.Kekuatan (Strenght), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats) dalam menentukan strategi pemasaran pada Batik Betawi Terogong	55
V.1.1. Strategi SO	56
V.1.2. Strategi WO.....	59
V.1.3. Strategi ST.....	60
V.1.4. Strategi WT	61
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	62
VI.1. Kesimpulan	62
VI.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Klasifikasi Barang dan Jasa	16
Tabel 2. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	23
Tabel 3. Pembobotan Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	35
Tabel 4. Matriks SWOT	36
Tabel 5. Pembobotan faktor- faktor SWOT	48
Tabel 6. Pembobotan Matriks IFAS dan EFAS	49
Tabel 7. Matrik EFAS	50
Tabel 8. Matriks SWOT.....	52
Tabel 9. Posisi Batik Betawi Terogong.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif 2017	4
Gambar 2. Batik Betawi Terogong	5
Gambar 3. Diagram Analisis SWOT	36
Gambar 4. Struktur Organisasi Batik Betawi Terogong	39
Gambar 5. Diagram Analisis SWOT	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup

Lampiran 2. Daftar Pertanyaan

Lampiran 3. Hasil Turnitin