

**STUDI KASUS ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN
PENJUALAN PRODUK SARUNG TENUN ATBM (ALAT TENUN BUKAN
MESIN) DI DESA JAMBU KECAMATAN CERME, KABUPATEN GRESIK.**

Nama Mahasiswa : Dian Eka Puspita Sari
NIM : 2041610008
Pembimbing : Irvan Adhin Cholilie, S.TP., M.P.

ABSTRAK

Sejalan dengan perkembangan industri, jumlah pelaku usaha sarung tenun semakin banyak. Tingginya tingkat persaingan produk sarung tenun mengharuskan adanya strategi agar perusahaan dapat unggul bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal produk sarung tenun ATBM, dan mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan sarung tenun ATBM di Kabupaten Gresik. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa matriks IFE menghasilkan total *score* secara keseluruhan sebesar 3,624 dan matriks EFE menghasilkan total *score* secara keseluruhan sebesar 3,503. Analisis pada matriks IE dan SWOT menghasilkan tiga alternatif strategi. Berdasarkan matriks QSPM susunan prioritas strategi pemasaran diantaranya (1) Menambah Relasi dengan melakukan kerjasama bersama pemerintah dan sesama pelaku usaha sarung tenun, (2) Melakukan inovasi terhadap produk, (3) Melakukan penetrasi pasar dengan promosi daring (*online*).

Kata Kunci: Analisa SWOT, Matriks EFE, Matriks IFE, Matriks IE, QSPM

**CASE STUDY ON MARKETING MIX STRATEGY ANALYSIS FOR SALES OF
ATBM WEAVING PRODUCTS (NOT MACHINE WEAVING TOOL) IN JAMBU
VILLAGE CERME DISTRICT GRESIK DISTRICT**

By : Dian Eka Puspita Sari
Student Identify Number : 2041610008
Supervisor : Irvan Adhin Cholilie, S.TP., M.P.

ABSTRACT

In line with the development of industry, the number of woven sarong entrepreneurs is increasing. The high level of woven sarong products competition requires a strategy for the company to be competitive. This study aims to determine the internal and external factors of ATBM woven sarong products and to find out the appropriate strategy to increase sales of ATBM woven sarong in Gresik Regency. The research method used is quantitative descriptive analysis. The results showed that the IFE matrix produced an overall total score of 3,624 and the EFE matrix produced an overall total score of 3,503. Analysis on the IE and SWOT matrices produces three alternative strategies. Based on the QSPM matrix, the priority arrangement of marketing strategies includes (1) Adding relationships by collaborating with the government and colleagues of woven sarong entrepreneurs, (2) Innovating products, and (3) Conducting market penetration through online promotion.

Keywords :SWOT analysis, EFE matrix, IFE matriks, IE matrix, QSPM.