

ABSTRAK

Anni Mustami'ah, 2018 "Strategi Pemasaran Erisa Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Batik Tulis", Skripsi, Yogyakarta: Universitas Alma Ata.

Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Supaya berhasil, perusahaan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen. Maka, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Erisa Batik dalam memasarkan produknya dan mengetahui serta menganalisis strategi pemasaran yang digunakan Erisa Batik dalam meningkatkan penjualan.

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif. Dengan cara mewawancarai para informan Erisa Batik. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam.

Dari hasil penelitian diperoleh strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan perusahaan masih harus mengembangkan semua produknya agar lebih bervariasi dan mengikuti *trand mode*, sehingga kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat diinterpretasikan melalui hasil yang mampu bersaing dengan perusahaan lain yang serupa.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan