

ABSTRAKSI

Farandi Risky Pradana

Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta tahun 2016

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah analisis strategi apa yang paling tepat digunakan oleh UKM Batik Zikin untuk meningkatkan volume penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apakah yang tepat. Tipe dalam penelitian ini adalah deskriptif yang menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variable yang lain. Teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, kekuatan batik Zikin adalah memiliki ciri khas tersendiri pada motif dan warna, kualitas produk bagus, proses inovasi cepat dilakukan, SDM yang berpengalaman, disiplin dan mempunyai skill, memiliki konsep kerja yang efektif dengan konsumen. Kelemahan yaitu tidak adanya perlindungan hak paten, harga produk mahal, kurangnya perluasan pasar dan promosi yang dilakukan, proses produksi tidak efektif, budaya organisasi belum baku dan tidak adanya SOP. Peluang yaitu kebutuhan konsumen yang semakin tinggi dan tidak dipenuhi pasar, pangsa pasar yang semakin luas, munculnya teknologi baru, tempat pemasaran yang strategis, munculnya pergantian trend fashion yang sangat cepat. Ancaman yaitu banyaknya pelaku usaha batik di Kota Pekalongan, semakin ketatnya persaingan dalam hal pemasaran, persaingan harga jual produk, perubahan selera konsumen terhadap produk batik, kenaikan harga bahan baku kain mori. Saran bagi perusahaan adalah UKM Batik Zikin harus melebarkan usahanya pada seluruh wilayah yang ada di Indonesia maupun luar negeri dan meningkatkan keunggulan produk-produk UKM Batik Zikin dari segi kualitas produk, motif, bahan baku dan harga perluasan pasar dengan membuka cabang-cabang di beberapa kota strategis dan corner produk premium serta dapat mengikuti secara aktif pameran fashion dan batik agar pesan dan promosi perusahaan dapat tersampaikan secara langsung oleh konsumen dan hal lain yang harus di perhatikan oleh UKM Batik Zikin adalah merk dagang yang digunakan juga harus memiliki hak paten agar tidak di salah gunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk membajak hasil karya UKM Batik Zikin. Struktur organisasi UKN Batik Zikin hendaknya tertulis secara sistematis dan terstruktur agar memudahkan para pekerja dalam melakukan tanggung jawab pekerjaannya, membuat dokumen mengenai SOP (*Standart Operational Procedure*) pada setiap bagian produksi maupun non produksi, agar seluruh kegiatan tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien sehingga seluruh kegiatan dalam UKM Batik Zikin dapat berjalan secara optimal dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan tepat.