

STRATEGI PEMASARAN
PRODUK BATIK BERBASIS BUDAYA LOKAL
(Studi Kasus Pada Owner Batik *New Colet* Di Jatipelem)

ABSTRAK

Oleh :
Ovie Nur Oktaviani
1761208

Dosen Pembimbing
Nuri Purwanto S,ST.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan strategi yang digunakan oleh perusahaan batik new colet. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan peneliti berjumlah 2 orang yaitu suami dan istri yang berusia 53 dan 54 tahun. Teknik pengumpulan data dengan model miles dan huberman dan diuji dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan adalah strategi 4P (*Product, price, promotion, place*) Dimana pada strategi produk batik new colet menambah beberapa variasi pada produk mereka. pada harga batik new colet menetapkan harga relatif rendah. Pada promosi batik *new colet* menjadikan media sosial sebagai media promosi baru karna adanya pandemic *covid 19*.

Kata kunci: Produk,Batik, Strategi Pemasaran.

MARKETING STRATEGY
BATIK PRODUCTS BASED ON LOCAL CULTURE
(Case Study on Owner of *New Colet* Batik in Jatipelem)

ABSTRACT

By :
Ovie Nur Oktaviani
1761208

Supervisor
Nuri Purwanto S, ST., MM

This study aims to find and explain the strategies used by the new colet batik company. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach. Research informants amounted to 2 people, namely husband and wife aged 53 and 54 years. Data collection techniques using Miles and Huberman models and tested using source triangulation. The results show that the marketing strategy used is the 4P strategy (Product, price, promotion, place) Where in the strategy of batik new colet products add some variation to the mreka product. On the price of batik new colet set a relatively low price. In the promotion of batik new colet makes social media as a new promotional media because of the pandemic covid 19.

Keywords: Product, Batik, Marketing Strategy.