

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN DAYA SAING BATIK TULIS SOEDJONO
LAMONGAN**

SKRIPSI

OLEH:

CINDY YUANISA PRATIWI

NIM: 08040120085



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Cindy Yuanisa Pratiwi, 08040120085, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dan jelas disebutkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan jika di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 21 Mei 2024



Cindy Yuanisa Pratiwi

NIM. 08040120085

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Surabaya, 22 Mei 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maziya Mazza Basya', written in a cursive style.

Maziya Mazza Basya, S.HI., M.SEI

NIP. 199001092019032014

LEMBAR PENGESAHAN

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Batik Tulis Soedjono Lamongan

Oleh
Cindy Yuanisa Pratiwi
NIM: 08040120085

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 11 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Maziyah Mazza Basya, S.HI., M.SEI
NIP. 199001092019032014
(Penguji 1)
2. Abdullah Kafabih, M.SE
NIP. 199108072019031006
(Penguji 2)
3. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP.199305032019032020
(Penguji 3)
4. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP.198209052015031002
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 27 Juni 2024



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP.197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : CINDY YUANISA PRATIWI.....
NIM : 08040120085.....
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS/ILMU EKONOMI.....
E-mail address : yuanisapратиwi@gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA

MENINGKATKAN DAYA SAING BATIK TULIS

SOEDJONO LAMONGAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2024

Penulis

(CINDY YUANISA PRATIWI)

ABSTRAK

Strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian kebijakan pemasaran terintegrasi yang menjadi panduan untuk kegiatan di berbagai tingkat unit dalam pemasaran. Hal ini bertujuan mencapai target penjualan dalam suatu wilayah pemasaran, sejalan dengan perubahan kondisi dan lingkungan bisnis yang terkait.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing Batik Tulis Soedjono Lamongan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara langsung dan interaksi dengan individu yang terlibat dalam industri batik. Pendekatan kualitatif ini juga menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta kombinasi atau triangulasi data. Selain itu, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, yang melibatkan pemahaman data, analisis, dan interpretasi untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bisnis batik tulis Soedjono Lamongan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Batik Tulis Soedjono Lamongan memiliki kekuatan utama seperti kualitas produk tinggi, pelayanan ramah, desain fleksibel, dan strategi pemasaran efektif. Namun, ada kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti kendala dalam pengerjaan, keterbatasan keterampilan karyawan, ketidak konsistenan warna, dan masalah pemesanan. Batik Tulis Soedjono dapat memanfaatkan peluang dengan menyesuaikan keinginan pelanggan, berinovasi dalam produk, meningkatkan pesanan pada waktu tertentu, dan ekspansi pasar. Mereka juga menghadapi ancaman seperti kurangnya dukungan pemerintah, persaingan, dan fluktuasi harga bahan baku. Strategi pemasaran yang fokus pada kualitas produk, penggunaan teknologi, penyesuaian kapasitas produksi, dan kemitraan strategis dapat memperkuat posisi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengoptimalkan produksi untuk menghadapi tantangan dan peluang di masa depan.

Perusahaan Batik Tulis Soedjono Lamongan sebaiknya tetap mempertahankan keunggulan yang dimilikinya, seperti kualitas produk dan desain yang unggul, serta meningkatkan kehadiran pasar dan pemasaran melalui inovasi dan promosi yang efektif. dan mengoptimalkan posisi yang sangat menguntungkan saat ini.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, Batik Tulis Soedjono

ABSTRACT

Marketing strategy can be defined as a series of integrated marketing policies that guide activities at various unit levels in marketing. This aims to achieve sales targets in a marketing area, in line with changes in conditions and the related business environment.

This research aims to identify internal and external factors that influence the competitiveness of Batik Tulis Soedjono Lamongan and develop appropriate marketing strategies. The method used in this research is a qualitative approach, which involves collecting data through direct interviews and interactions with individuals involved in the batik industry. This qualitative approach also uses data collection techniques such as observation, interviews, and documentation, as well as data combination or triangulation. In addition, the data analysis method used in this research is SWOT analysis, which involves understanding data, analysis and interpretation to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats in Soedjono Lamongan's handwritten batik business.

This research shows that Batik Tulis Soedjono Lamongan has main strengths such as high product quality, friendly service, flexible design, and effective marketing strategies. However, there are weaknesses that need to be corrected, such as problems in workmanship, limited employee skills, color inconsistencies, and ordering problems. Batik Tulis Soedjono can take advantage of opportunities by adapting to customer desires, innovating in products, increasing orders at certain times, and expanding the market. They also face threats such as lack of government support, competition, and fluctuations in raw material prices. Marketing strategies that focus on product quality, use of technology, adjustment of production capacity, and strategic partnerships can strengthen positions, increase customer satisfaction, and optimize production to face future challenges and opportunities.

The Soedjono Lamongan Written Batik Company should continue to maintain its advantages, such as superior product quality and design, as well as increasing market presence and marketing through innovation and effective promotions. and optimize the current highly profitable position.

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, Soedjono Written Batik

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Teoritis	10
1.5.2. Manfaat Praktis	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Ekonomi Kreatif.....	12
2.1.2. Strategi	13
2.1.3. Strategi Pemasaran.....	15
2.1.4. Teori Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>)	16
2.1.5. Daya Saing.....	20
2.1.6. Analisis SWOT	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	38
1.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	38
1.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	38
3.2.1 Tempat Penelitian.....	38
3.2.2 Waktu Penelitian	39

1.3	Sumber Data.....	39
1.3.1	Sumber Data Primer.....	39
1.3.2	Sumber Data Sekunder.....	40
1.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.4.1	Wawancara.....	41
1.4.2	Observasi.....	41
1.4.3	Dokumentasi.....	42
1.4.4	Triangulasi.....	42
1.5	Teknik Analisis Data.....	44
1.5.1	Pemahaman Data.....	45
1.5.2	Analisis.....	46
1.5.3	Interpretasi.....	46
BAB 4	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1.	Sejarah Batik Tulis Soedjono.....	47
4.1.2.	Visi,Misi dan Tujuan Perusahaan.....	48
4.1.3.	Struktur organisasi.....	49
4.1.4.	<i>Job Description</i>	49
4.1.5.	Analisis manajemen bisnis.....	51
4.2.	Hasil Analisis.....	58
4.2.1.	Kekuatan.....	59
4.2.2.	Kelemahan.....	61
4.2.3.	Peluang.....	62
4.2.4.	Ancaman.....	64
4.3.	Matrik IFAS - EFAS.....	67
4.4.	Kuadran SWOT.....	72
4.5.	Strategi Matriks SWOT.....	77
4.6	Hasil Pembahasan.....	90
BAB 5	PENUTUP.....	95
5.1.	Kesimpulan.....	95
5.2.	Saran.....	96
	DAFTAR PUSTAKA.....	98
	LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data 10 Motif Batik Terpopuler di Indonesia.....	2
Tabel 2. 1 Indikator Daya Saing.....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 4. 1 Proses Produksi Batik Tulis.....	52
Tabel 4. 2 Proses Pelatihan Pengrajin Batik Tulis.....	54
Tabel 4. 3 Biaya Produksi Batik Tulis Soedjono Lamongan	57
Tabel 4. 4 Matriks Swot Batik Tulis Soedjono Lamongan	75
Tabel 4. 5 Matriks Faktor Strategi Internal	57
Tabel 4. 6 Matriks Faktor Strategi Eksternal	75

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Batik Daliwangun.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti	103
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara (Pra-Penelitian).....	104
Lampiran 3. Pertanyaan Wawancara Analisis SWOT (Paska-Penelitian)	105
Lampiran 4. Lanjutan Pertanyaan Wawancara Analisis SWOT	107
Lampiran 5. Lanjutan Wawancara Analisis SWOT	108
Lampiran 6. Kuisisioner	109
Lampiran 7. Hasil Perhitungan	113
Lampiran 8. Lanjutan Hasil perhitungan Faktor Eksternal (Opportunities & Treats)	114
Lampiran 9. Identitas Narasumber	116
Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian.....	116

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Aqidah, atul, & Syamsul Hadi, M. (2023). Analisis Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Cv. Batik Tulis Prabulinggih. *Issn*, 9(1), 2548–5911. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v9i1.970>
- Aribowo, H., Putra, Y. D., Wijoyo, I., Kunci, K., Skill, :, Manajemen, T., Metode, D., & Konsultan, M. (2017). Perencanaan Strategi Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Pada Profesi Konsultan Manajemen. *Jurnal EKSEKUTIF*, 14(2), 204.
- ASOKAWATI, B. P. A. (2023). *STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING KAIN BATIK PRINGMAS MELALUI NILAI BUDAYA PANGINYONGAN*. 9, 356–363.
- Atikah, C. (2024). Analisis SWOT Pada Lembaga Pendidikan. *Journal on Education*, 06(02), 11197–11206.
- bidin A. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. In *Вестник Росздравнадзора* (Vol. 4, Issue 1).
- Detik.com. (2022). *10 Batik Paling Populer di Indonesia, Ada dari Daerah Kamu?* <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6471121/10-batik-paling-populer-di-indonesia-ada-dari-daerah-kamu>
- Dewi, R., & Amrah, W. (2020). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan*. 1(2), 138–156.
- Dwi, S. (2014). Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *El-Qudwah*, 10, 1–10.
- Fadillah, V. D. W. I., Sekolah, P. L., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2018). *UPAYA PENGELOLA INDUSTRI KECIL SANGGAR BATIK*.
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA*, 3(2), 104–117. <https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>
- Fetra Bonita Sari, Risda Amini, M. (2020). *Representasi Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal dalam Motif Batik Wahyu Ngawiyatan sebagai Muatan Pendidikan Senirupa di Sekolah Dasar*. 5(2), 3(2), 524–532. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Gunawan, B., Shaleh, M., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce. *Jurnal TELEMATIKA MKOM*, Vol.3 No.2, September 2011, 3(1), 1–13.

- Hadi, S., Ramayanti, D., Informatika, T., & Nusantara, U. D. (2024). *MENINGKATKAN EFISIENSI LAYANAN PELANGGAN MELALUI SISTEM AUTO ATTENDANT*. 8(2), 3556–3565.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- I Wayan Kayun Suwastika, SE., M. M., Marce Sherly Kase, S.E., M. S., Nur Bayti, S.I.Kom., M. E., & Diana Wangania, SE., M. M. (2023). Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Karimah, N. K. (2023). *DI RUMAH PELAYANAN SOSIAL DISABILITAS MENTAL “ MARTANI ” CILACAP ISLAM*.
- Kurniawan, B. P. Y. (2021). Evolusi Pemikiran Keunggulan Komparatif Menuju Keunggulan Kompetitif: Sejarah Pemikiran, Kontroversi, dan Peluang Riset. *ISAS: Indonesian Society of Applied Science*, 1(1), 1–15.
- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56. <https://www.neliti.com/id/publications/58203/strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-volume-penjualan-studi-pada-s-mart-swalaya>
- Marpaung, F. F., & Afriani, S. (2016). Strategi Pemasaran Pada Pt. Indomarco Adi Prima Stock Point Gading Cempaka Non Pasar (Sp. Gcnp) Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 12–23. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v4i1.151>
- Men, Y. F., Arme, D., & Harahap, T. (2023). *Jurnal Akademisi Vokasi Analisis SWOT*. 2(2), 114–125.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Moleong 2011. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>
- Nadika, A. (2020). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Ekonomi. Ciastech*, 57–62.
- Nurita, L. (2020). Strategi Pengembangan Produksi Dan Pemasaran Usaha Batik

Tulis Pusaka Beruang Di Lasem Kabupaten Rembang. In *Skripsi*.

- Prasetya, D. A. (2023). *Teknik Analisis SWOT: Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang untuk Strategi Bisnis Anda* (A. Ishartadi (ed.); 1st ed.). PT. Anak Hebat Indonesia. https://books.google.co.id/books/about/Teknik_Analisis_SWOT.html?id=GT rhEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Putri, elysa paramitha. djunaidi, much & kholid al-ghofari, A. (2015). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAINGPADA BISNIS USAHA BATIK (Studi Kasus: Industri Batik SYN-Surakarta)*. 1–15.
- Putri, D. A., Ceicillia, S., Rizky, G. A., & Farida, S. N. (2022). Implementasi Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunities, and Threat) Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Pt Adib Global Food Supplies Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1), 78–104. <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i1.3079>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Rachmawati, I. N. (2007). Data Collection in Qualitative Research: Interviews. *Indonesian Journal of Nursing*, 11(1), 35–40.
- Rachmawati, R. (2012). *Strategi Merek (Branding) Usaha Batik Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis Global*. 1–11.
- Ramdani, S. H., & Supriyat, F. (2018). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Pada Cv Certowin Multi Trading Indonesia. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(1), 48–55. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v6i1.492>
- Ratihah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Riadi, M. (2022). *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*. Desember 28,. <https://www.kajianpustaka.com/2022/12/keunggulan-bersaing-competitive-advantage.html>
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Batik Â€ Merak Manisâ€ Laweyan-Surakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 246–265. <http://www.jurnal.stkipggritulungagung.ac.id/index.php/jupeko/article/view/58%0Ahttps://www.jurnal.stkipggritulungagung.ac.id/index.php/jupeko/article/download/58/32>
- Rinta, A. S., Febriana, D., & Wulandari, R. (2022). Strategi pengelolaan pemasaran

- pendidikan anak usia dini. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 1(1), 198–205.
<https://azramedia-indonesia.com/index.php/bharasumba/article/view/201>
- Runika, S. F., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Sosiologi, P. S. (2019). *PELESTARIAN BATIK TULIS TENUN GEDOG DI KECAMATAN KEREK KABUPATEN TUBAN DALAM TINJAUAN TEORI FUNGSIONALISME STRUKTURAL ROBERT K. MERTON*.
- Saleh, S. (2016). Analisis Data Kualitatif. *Analisis Data Kualitatif*, 180.
<https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sari, D. M. F. P., & Indriyani, N. K. R. (2022). Perubahan Pola Strategi Pemasaran Kerajinan Tangan di Singaraja Pada Masa Pandemi COVID-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(1), 170–189.
- Sarwoko, E., Nurdiana, I., & Ahsan, M. (2021). Membangun Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Tusuk Sate di Kabupaten Malang. *Jurnal Karya Abdi*, 5(3), 407–414.
- Serano, L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Social Media Marketing Di Percetakan Kilat Promosi Medan. *Escaf*, 1(1), 393–399.
<https://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/view/155%0Ahttps://semnas.univbinainsan.ac.id/index.php/escaf/article/download/155/34>
- Setiawan, R. (2022). Analisis Job Description Karyawan Bagian Operasional CV Dian Jaya Surabaya. *Agora*, 10(2).
- Sihotang, R. K., & Wirangga, A. (2019). Perencanaan Kapasitas Produksi Dengan Metode Capacity Requirement Planning Di Teaching Factory Manufacture Electronics Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1254>
- Sitorus, S. A. (2016). *Kewirausahaan: Memahami Bisnis yang sukses*.
- Sugiyem. (2014). Inovasi Produk Batik Untuk Pasar Global. *Prospek Pendidikan Vokasi Dan Industri Kreatif Indonesia*.
- Sugiyono. (2018). *Data dan Sumber Kualitatif*. 4(1), 456.
- Sundari, Riadi, E., Alexandro, R., H, F. H., & Oktaria, M. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba. *Edunomics Journal*, 3(1), 1–10.
<https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3871>
- Taufiqoh, B. R., Nurdevi, I., & Khotimah, H. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia. *Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra*, 58–65.
<http://research-report.umm.ac.id/index.php/SENASBASA/article/view/2220>
- WIDIARTHA, F. (n.d.). *STRATEGI DIGITAL MARKETING UMKM BATIK TUNGGAL LAWEYAN SURAKARTA DI MASA PANDEMI COVID - 19 (Studi Kasus Batik Tunggal Laweyan)*.

Widowati, I., Riany, D. A., & Andrianto, F. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 21.

Widyaningsih, S. R. (2011). *Evaluasi Produksi Batik dan Alternatif Perbaikan dengan Menggunakan Metode Green Quality Function Deployment II (GQFD-II) (Studi pada UKM Batik Satrio Manah Tulungagung)*. 49–98.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A