

ABSTRAK

PT JNE cabang Bangkalan bergerak dalam bidang penanganan pengiriman import barang maupun dokumen. Agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis PT JNE harus memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi keinginan dan melayani konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur kinerja pemasaran batik Bojonegoro dan merumuskan strategi pemasaran beserta prioritas pelaksanaannya. Metode yang dipakai dalam pengukuran kinerja pemasaran adalah IPA (Importance performance analysis) dengan menggunakan variabel Marketing Mix 7P. Sementara untuk perumusan strategi menggunakan analisis SWOT (IFAS, EFAS, matrik SWOT, space matrix). Sedangkan untuk pengurutan prioritas strategi dilakukan menggunakan Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS). Hasil dari penelitian ini adalah prioritas usulan strategi, Mengikuti event-event, mengembangkan inovasi-inovasi baru mengenai pelayanan jasa, menciptakan hubungan yang baik dengan perusahaan lain, kerjasama dengan UMKM dan perusahaan lain seperti *shopee*.

Kata kunci : Strategi, Marketing Mix, IPA, SWOT, TOPSIS.

ABSTRACT

PT JNE Bangkalan branch is engaged in handling the delivery of imported goods and documents. In order to compete with companies similar to PT JNE, they must have good abilities in fulfilling their desires and serving their consumers. The purpose of this study is to measure the marketing performance of Bojonegoro batik and formulate a marketing strategy and its implementation priorities. The method used in measuring marketing performance is IPA (Importance performance analysis) using the 7P Marketing Mix variable. While for the formulation of strategies using SWOT analysis (IFAS, EFAS, SWOT matrix, space matrix). Whereas the priority ranking strategy is carried out using Technique for Others Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS). The results of this study are the priority of proposed strategies, following events, developing new innovations regarding services, creating good relationships with other companies, collaborating with MSMEs and other companies such as Shopee.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, Science, SWOT, TOPSIS.