

ABSTRAK

UMKM Batik Surya 26 merupakan salah satu UMKM yang memproduksi batik tulis yang berlokasi di Desa Margorejo, Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban. Permasalahan yang terjadi pada UMKM Batik Surya 26 yaitu penurunan penjualan produk batik tulis pada Bulan April hingga Agustus tahun 2023. Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh strategi pemasaran yang dilakukan kurang optimal seperti tidak melakukan unggahan produk secara terjadwal. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan strategi untuk meningkatkan penjualan produk batik tulis. Penelitian ini menggunakan metode *Multidimensional Scaling* untuk menentukan posisi UMKM Batik Surya 26 beserta atribut dan metode *Quality Function Deployment* (QFD) untuk menentukan prioritas berdasarkan kebutuhan konsumen. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu berdasarkan metode *Multidimensional Scaling* diketahui bahwa posisi UMKM Batik Surya 26 pada pemasaran *online* memiliki lima atribut yang unggul dan kelemahan pada dua atribut. Pada pemasaran *offline* posisi UMKM Batik Surya 26 memiliki keunggulan pada tiga atribut dan kelemahan pada dua atribut. Pada kelemahan atribut akan dilakukan *Voice of Customer* sehingga dapat dilakukan analisis *Quality Function Deployment* (QFD) untuk mengetahui prioritas perbaikan pemasaran. Pada hasil *Quality Function Deployment* (QFD) diketahui prioritas perbaikan secara berurutan yaitu konten pemasaran, unggahan produk, katalog produk, potongan harga Hari Batik Nasional, dan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak.

Kata kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, *Multidimensional Scaling*, QFD

ABSTRACT

MSME Batik Surya 26 is one of the MSME that produces hand-written batik which is located in Margorejo Village, Kerek District, Tuban Regency. The problem that occurred at MSME Batik Surya 26 was a decrease in sales of written batik products from April to August 2023. The decrease in sales was caused by less than optimal marketing strategies, such as not uploading products on a scheduled basis. Based on these problems, a strategy is needed to increase sales of written batik products. This research uses the Multidimensional Scaling method to determine the position of Batik Surya 26 MSME along with the attributes and Quality Function Deployment (QFD) method to determine priorities based on consumer needs. The results obtained from this research are based on the Multidimensional Scaling method, it is known that the position of MSME Batik Surya 26 in online marketing has five superior attributes and weaknesses in two attributes. In the offline marketing position, Batik Surya 26 MSME have advantages in three attributes and weaknesses in two attributes. On attribute weaknesses, Voice of Customer will be carried out so that a Quality Function Deployment (QFD) analysis can be carried out to determine marketing improvement priorities. In the Quality Function Deployment (QFD) results, improvement priorities are identified sequentially, namely marketing content, product uploads, product catalogues, National Batik Day price discounts, and price discounts for large purchases.

Keywords: *MSME, Marketing Strategy, Multidimensional Scaling, QFD*