

ABSTRAK

Perkembangan industri batik yang semakin pesat menimbulkan persaingan yang ketat di antara para produsen batik di Indonesia. Batik Tunggal Fitri, salah satu UKM batik di Desa Sendangduwur, menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UKM Batik Tunggal Fitri, serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan daya saingnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Batik Tunggal Fitri. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif melibatkan peningkatan kualitas produk, diversifikasi motif batik, serta peningkatan promosi melalui media sosial dan pameran. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, UKM Batik Tunggal Fitri diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan bersaing lebih efektif di pasar lokal maupun nasional.

Kata kunci : Strategi pemasaran, SWOT, UKM Batik, Batik Tunggal Fitri.

ABSTRACT

The rapid development of the batik industry has caused fierce competition among batik producers in Indonesia. Batik Tunggal Fitri, one of the batik SMEs in Sendangduwur Village, faces challenges in increasing sales and competitiveness in the market. This research aims to identify the weaknesses, strengths, opportunities, and threats faced by Batik Tunggal Fitri SMEs, as well as formulate appropriate marketing strategies to increase sales and competitiveness. The method used in this study is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Data was collected through a questionnaire distributed to Batik Tunggal Fitri consumers. The results of the analysis show that effective marketing strategies involve improving product quality, diversifying batik motifs, and increasing promotion through social media and exhibitions. With the implementation of the right marketing strategy, Batik Tunggal Fitri UKM is expected to increase sales and compete more effectively in the local and national markets.

Keywords: *Marketing strategy, SWOT, Batik SMEs, Batik Tunggal Fitri.*