

Eka Widiastutik. NIM.11.03.211.00002. Karakteristik Manajerial Pemasaran Dengan Metode *Clustering* Terhadap UMKM Batik di Bangkalan. Di bawah bimbingan Ihsannudin, SP., MP

ABSTRAK

Adanya krisis ekonomi global mengakibatkan perekonomian Indonesia melambat, meskipun demikian sektor UMKM masih bisa tetap bertahan dan berkembang. Salah satunya yaitu UMKM Batik yang ada di Bangkalan. Namun masih terdapat beberapa masalah seperti dibidang pemasaran. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi pemasaran dan karakteristik manajerial pemasaran UMKM Batik di Bangkalan sehingga diperoleh strategi manajerial berbasis *clustering*. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis *K – Means Cluster*. Hasil dari penelitian ini adalah kondisi pemasaran UMKM batik di Tanjung Bumi masih minim terlihat dari bauran pemasaran (produk, harga, promosi, tempat). Terdapat 2 karakteristik manajerial pemasaran UMKM batik yaitu pemasaran konvensional yang terdiri dari 27 UMKM dan modern terdiri dari 3 UMKM. Strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada kelompok konvensional adalah member merk, label dan memperbaiki kemasan produk, meningkatkan promosi dan memperluas daerah pemasaran. Sedangkan untuk kelompok modern adalah lebih memperluas lagi pemasarannya dan melakukan kerjasama agar usahanya dapat lebih berkembang.

Kata kunci : Manajerial pemasaran, Analisis cluster, strategi pemasaran

Eka Widiastutik. NIM.11.03.211.00002. Characteristic of marketing managerial with the clustering method against SME's batik Bangkalan. Supervised by Ihsannudin, SP, MP

ABSTRACT

The global economic crisis caused the economy slows down, nevertheless SME's still can stay afloat and developing. One of them is batik SME's in bangkalan. But there are still some problems as in marketing. So the purpose of this study is to find the marketing conditions and characteristics managerial SME's marketing batik Bangkalan to achieve managerial clustering based strategy. Type and data sources used in this research is primary and secondary data. Analysis of data used namely descriptive analysis and analysis k - means cluster. The result of this research is the marketing conditions of SME's batik in Tanjung Bumi still minimal visible from hotchpotch (product marketing, the price of, promotion, place). There are 2 characteristic managerial SME's batik marketing namely marketing conventional consisting of 27 SME's and modern consisting of 3 SME's. Marketing strategy that can be applied to a group is a conventional member, labels and fix packing products, improve promotion and extending the marketing. As for a modern is more again and expand their have a partnership that can be more developed business.

Keywords: managerial marketing , analysis clusters , marketing strategy