

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN BATIK TASIK INDAH**

**Oleh :  
TEGUH RIANDI  
NPM. 133402299**

**Dibawah Bimbingan ;  
H. Asep Budiman  
H. Nana Sahroni**

Strategi pemasaran merupakan cara yang akan ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai kinerjanya dengan memusatkan perhatian pada konsumen terdiri dari unsur-unsur pemasaran terpadu yaitu *product, price, promotion, Distribution* dan *place*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada perusahaan batik tasik indah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Peningkatan Pelanggan dan Peningkatan Volume Penjualan) pada Perusahaan Batik Tasik Indah. Penelitian ini tergolong penelitian lapangan (*field research*), data-data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan melalui editing dan sistematisasi data. Analisis dilakukan secara kualitatif dengan metode berpikir deduktif, sehingga didapat kesimpulan yang bersifat khusus. Startegi pemasaran Perusahaan Batik Indah memiliki berklasifikasi tinggi di mana produk batik yang diproduksi tidak hanya kain panjang akan tetapi pakaian jadi. Lokasi perusahaan cukup strategi di mana calon konsumen mudah menjangkaunya. Harga yang ditawarkan cukup bersaing di pasaran. Distribusi barang kebanyakan datang langsung ke perusahaan. Lalu, promosi yang dipakai bukan hanya dari mulut ke mulut, pemasangan papan nama hingga promosi melalui *facebook,whatsap* dan *instragam*. Promosi melalui even pameran pameran lokal maupun nasional. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 17.0 bisa disimpulkan bahwa strategi pemasaran mempengaruhi kinerja perusahaan.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kinerja Perusahaan**

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY ANALYSIS TO IMPROVE COMPANY PERFORMANCE IN COMPANIES BEAUTIFUL BATIK TASIK**

**By:**  
**TEGUH RIANDI**  
**NPM. 133402299**

**Under the guidance of ;**  
**H. Asep Budiman**  
**H. Nana Sahroni**

*Marketing strategy is a method that will be taken by a company to achieve its performance by focusing on consumers consisting of integrated marketing elements, namely product, price, promotion, distribution and place. The problem in this research is how to analyze the marketing strategy to improve the company's performance in the beautiful Tasik Batik company. The purpose of this study is to determine how the analysis of marketing strategies in improving company performance (Increasing Customers and Increasing Sales Volume) at the Batik Tasik Indah Company. This research is classified as field research, data is collected through interviews, observation and documentation. Data processing is done through editing and data systematization. The analysis is carried out qualitatively by using deductive thinking method, in order to obtain specific conclusions. The marketing strategy of Batik Indah Company has a high classification where the batik products produced are not only long cloths but also finished clothes. The location of the company is quite a strategy where potential customers can easily reach it. The price offered is quite competitive in the market. Most of the distribution of goods comes directly to the company. Then, the promotions used are not only word of mouth, installation of signboards to promotions via Facebook, WhatsApp and Instagram. Promotion through local and national exhibition events. Based on the results of calculations using SPSS 17.0, it can be concluded that marketing strategies affect company performance.*

*Keywords: Marketing Strategy, Company Performance*