

**STRATEGI PEMASARAN DI ERA EKONOMI DIGITAL
TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS BATIK
(STUDI PADA BATIK GEDOG ZAENAL TUBAN)**

SKRIPSI



Oleh :

HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI

NPM. 21042010252

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI , SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL,BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN DI ERA EKONOMI DIGITAL
TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS BATIK
(STUDI PADA BATIK GEDOG ZAENAL TUBAN)**

Disusun Oleh:

HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI
NPM. 21042010252

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing utama**


Indah Respati Kusumasari,S.Sos.,M.Si
NIP. 19864172020122007

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial,Budaya,Dan Politik**



Dr.Catur Suratnoaji,S.Sos.,M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN DI ERA EKONOMI DIGITAL
TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS BATIK
(STUDI PADA BATIK GEDOG ZAENAL TUBAN)**

Disusun Oleh :

HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI

NPM. 21042010252

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 07 Mei 2025**

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI :


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 19864172020122007

1. Ketua

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N.M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekertaris

Budi Prabowo S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

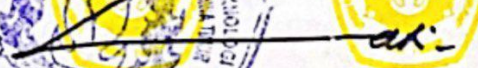
3. Anggota

Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 19864172020122007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI
NPM : 21042010252
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



HANATASYA AULIA RISDA P.
NPM. 21042010252

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, atas berkat dan tuntunanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Di Era Ekonomi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Batik (Studi Pada Batik Gedog Zaenal Tuban) ”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Pada penyusunan skripsi ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos.,M.Si dengan segala perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan,dukungan bimbingan dan saran dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada Kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr.Acep Samsudin, S.Sos.,M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Bapak Zaenal dan Ibu Eny selaku pemilik Batik Gedog Zaenal Tuban yang memudahkan dalam menyampaikan informasi.
5. Almarhumah Mama tercinta Ibu Rukminah. Dengan penuh cinta dan kerinduan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada almarhumah mama tercinta, yang telah menjadi sosok luar biasa dalam hidup penulis. Meskipun beliau telah berpulang, kasih sayang, doa, dan pengorbanannya senantiasa menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah. Setiap nasihat dan perjuangan beliau tidak akan pernah penulis lupakan, dan skripsi ini penulis persembahkan sebagai bukti bahwa impian serta harapan beliau akan pendidikan

penulis dapat penulis wujudkan. Terima kasih, Mama. Dedikasi dan cinta Mama akan selalu hidup dalam setiap langkah penulis, meski kini penulis harus melangkah sendiri tanpa kehadiran sosok ibu, Al-Fatihah untukmu, mamah.

6. Ayah tercinta, Ayah Yatemo. Seorang ayah yang penuh ketulusan dan keteguhan, selalu memberikan cinta, doa dan semangat tanpa henti. Ayah, terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan cinta yang tiada henti. Dukungan dan nasihatmu selalu menjadi penerang di saat penulis merasa ragu dan lelah. Doa yang ayah panjatkan tanpa henti telah menjadi penjaga dalam setiap perjuangan penulis, termasuk dalam penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk kecil dari rasa terima kasih dan bakti penulis kepadamu, Ayah.

Surabaya, 07 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang	8
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	17
2.2.2 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	20
2.2.2 Keberlanjutan Bisnis (<i>Business Sustainability</i>)	23
2.2.3 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	26
2.3 Landasan Konseptual	28
2.3.1 Konsep Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>).....	28
2.3.2 Konsep Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>).....	30
2.3.3 Konsep Keberlanjutan Bisnis (<i>Business Sustainability</i>)	31
2.3.4 Konsep Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	32
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian.....	35

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3 Instrumen Penelitian.....	40
3.4 Teknik Analisis Data	41
3.5 Pengujian Kredibilitas Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Subyek Penelitian Dan Penyajian Data.....	44
4.1.1 Gambaran Umum.....	44
4.1.2 Penyajian Data	47
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Hasil Wawancara	48
4.2.2 Data Informan.....	55
4.2.3 Analisis SWOT	56
4.2.4 Diagram SWOT	62
4.3 Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kompetitor Batik Gedog Zaenal Tuban	11
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	41
Tabel 4.1 Data Informasi Penelitian.....	56
Tabel 4.2 Hasil Rata-Rata Responden IFAS	58
Tabel 4.3 Hasil IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	59
Tabel 4.4 Hasil Rata-Rata Responden EFAS	60
Tabel 4.5 Hasil EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary).....	61
Tabel 4.6 Diagram SWOT	62
Tabel 4.7 Rumusan Strategi Matriks SWOT.....	64
Tabel 4.8 Matriks SWOT	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Koleksi dari Batik Gedog Zaenal Tuban	23
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Logo Batik Gedog Zaenal Tuban	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	46
Gambar 4.3 Benang Kapas	49
Gambar 4.4 Alat Tenun Bukan Mesin	50
Gambar 4.5 Motif Batik Gedog Zaenal	52
Gambar 4.6 Diagram SWOT	63

ABSTRAK

HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI, 21042010252, STRATEGI PEMASARAN DI ERA EKONOMI DIGITAL TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS BATIK (STUDI PADA BATIK GEDOG ZAENAL TUBAN)

Di era ekonomi digital, strategi pemasaran memainkan peran krusial dalam keberlanjutan bisnis, termasuk dalam industri batik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Batik Gedog Zaenal Tuban serta dampaknya terhadap keberlanjutan bisnisnya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis SWOT, IFAS, dan EFAS untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui platform seperti Instagram dan WhatsApp telah membantu memperluas jangkauan pasar, tetapi pemasaran konvensional tetap menjadi metode yang efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan. Analisis SWOT mengindikasikan bahwa Batik Gedog Zaenal memiliki kekuatan yang signifikan dan peluang yang besar, sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif yang mencakup ekspansi pasar, inovasi produk, dan penguatan pemasaran digital. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS, faktor kekuatan memiliki skor total 2,66, faktor kelemahan 0,61, peluang 2,61, dan ancaman 0,63. Posisi bisnis berada pada kuadran 1, yang menunjukkan bahwa strategi perencanaan agresif adalah langkah yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis Batik Gedog Zaenal Tuban di era digital.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Ekonomi Digital, Keberlanjutan Bisnis, Batik Gedog, Analisis SWOT, IFAS, EFAS.

ABSTRACT

***HANATASYA AULIA RISDA PUSPITASARI, 21042010252, MARKETING
STRATEGY IN THE ERA OF THE DIGITAL ECONOMY ON BATIK BUSINESS
SUSTAINABILITY (STUDY ON BATIK GEDOG ZAENAL TUBAN)***

In the era of the digital economy, marketing strategies play a crucial role in business sustainability, including in the batik industry. This research aims to analyze the marketing strategy implemented by Batik Gedog Zaenal Tuban and its impact on the sustainability of its business. The research method used is SWOT, IFAS, and EFAS analysis to evaluate internal and external factors that influence business.

The research results show that digital marketing through platforms such as Instagram and WhatsApp has helped expand market reach, but conventional marketing remains an effective method in building customer trust. The SWOT analysis indicates that Batik Gedog Zaenal has significant strengths and great opportunities, so the recommended strategy is an aggressive strategy that includes market expansion, product innovation and strengthening digital marketing. Based on IFAS and EFAS analysis, the strength factor has a total score of 2.66, the weakness factor 0.61, the opportunity 2.61, and the threat 0.63. The business position is in quadrant 1, which shows that an aggressive planning strategy is the right step to increase the competitiveness and sustainability of the Batik Gedog Zaenal Tuban business in the digital era.

Keywords: Marketing Strategy, Digital Economy, Business Sustainability, Batik Gedog, SWOT Analysis, IFAS, EFAS.