

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI PEMASARAN BATIK GLUGU BOYOLALI  
DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING**

**(Studi Kasus di Kabupaten Boyolali, Kota Salatiga, dan Kota Solo)**



Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk Memenuhi Salah  
Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Teknik Industri

**Oleh :**  
**Cahya Haryatama**  
**D 600 070 031**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN**

**BATIK GLUGU BOYOLALI DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN**

**BENCHMARKING**

**(Studi Kasus di Kabupaten Boyolali, Kota Salatiga dan Kota Surakarta)**

Hari/Tanggal :

Jam :

Disusun Oleh:  
**CAHYA HARYATAMA**  
**D 600 070 031**

Mengesahkan:

Pembimbing I

Pembimbing II

(Much. Djunaidi, ST. MT.)

(Hafidh Munawir, ST. M.Eng.)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul STRATEGI PEMASARAN BATIK GLUGU BOYOLALI DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari/Tanggal :

Jam :

Menyetujui:

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Much. Djunaidi, ST. MT

\_\_\_\_\_

2. Hafidh Munawir, ST. M.Eng

\_\_\_\_\_

3. Suranto, ST. MM

\_\_\_\_\_

4. Ratnanto Fitriadi, ST. MT

\_\_\_\_\_

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Ir. Agus Riyanto, MT.)

(A. Kholid Al Ghofari, ST. MT.)

## MOTTO

*Tuntutlah Ilmu tapi jangan melupakan  
Ibadah, dan kerjakanlah ibadah Tapi  
Tidak boleh lupa pada Ilmu  
(HR. MUSLIM)*

**Jadikanlah kekurangan sebagai  
MOTIVASI untuk berusaha lebih baik lagi, bukan untuk  
dimaklumi  
(Krishnamurti)**

**Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat  
masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan  
penuh kesadaran**

**(Penulis)**

**Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan pedangnya ke  
pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup  
menguasai dirinya dikala ia marah  
(Nabi Muhammad Saw)**

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan segala kerendahan hati dan ketulusan jiwa sebuah karya kecil ini ku persembahkan kepada:*

- 1. Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan, Do'a, dorongan spiritual maupun material dan juga semangat untuk dapat menjadi orang yang berhasil.*
- 2. Adikku tercinta mudah-mudahan kamu bisa lebih dari kakakmu ini.*
- 3. Bulek ari, Om kris, Om Gandung, serta keluargaku yang lain terima kasih atas dukungannya.*
- 4. Pembimbing I dan II terima kasih atas bimbingannya*
- 5. Bapak Muh. Amin terima kasih telah mengizinkan saya untuk penelitian ini*
- 6. Anak-anak TI '07, semangat terus jangan mudah menyerah sebelum bertanding !!!*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillahirobil'alamin*, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul " STRATEGI PEMASARAN BATIK GLUGU BOYOLALI DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN BENCHMARKING ". Tugas Akhir ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Agus Riyanto, MT., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak A. Kholid Al Ghofari, ST. MT, selaku ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Much. Djunaidi, ST. MT dan Hafidh Munawir, ST. M.Eng, selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan Tugas Akhir penulis.
4. Bapak Suranto, ST. MM dan Bapak Ratnanto Fitriadi, ST. M.T selaku Penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan kepada penulis guna perbaikan yang lebih baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu kepada penulis selama masa kuliah.
6. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan banyak motivasi sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Muh. Amin, Bapak Bambang Pamulardi, Mbak Ratih, Bapak Alfa, Bapak Dani, karyawan Batik Glugu Boyolali, dan para narasumber terima kasih atas semua kerjasama dan wawancara dalam penelitian ini.
8. Terima kasih atas bantuannya kepada mas Deni '06, mas Pratama '06, dan semua teman-temanku yang tidak bisa aku sebutkan satu per satu.
9. Temen-teman TI angkatan 2007, *semangat dan jangan mudah menyerah sebelum bertanding.*

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Akhir kata, penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Amiiin.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Surakarta, Oktober 2011

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Batik .....	9
2.1.1 Pengertian Batik.....	9



2.1.2 Sejarah Batik Di Indonesia .....	9
2.1.3 Perkembangan Batik Di Indonesia .....	10
2.1.4 Budaya Batik .....	14
2.1.5 Corak Batik .....	15
2.1.6 Jenis-jenis Batik.....	16
2.1.7 Cara Pembuatan Batik .....	16
2.2 Batik Glugu .....	17
2.3 <i>Benchmarking</i> .....	20
2.3.1 Definisi <i>Benchmarking</i> .....	20
2.3.2 Evolusi Konsep <i>Benchmarking</i> .....	22
2.3.3 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i> .....	23
2.3.4 Langkah-langkah <i>Benchmarking</i> .....	23
2.3.5 Syarat untuk dijadikan sebagai <i>Benchmarking</i> .....	26
2.4 Pemasaran.....	27
2.4.1 Pengertian Pemasaran .....	27
2.4.2 Tujuan Sistem Pemasaran.....	29
2.4.3 Fungsi Sistem Pemasaran .....	29
2.4.4 Aspek Pasar dan Strategi Pemasaran.....	32
2.5 Bauran Pemasaran .....	38
2.6 Manajemen Strategi.....	45
2.7 Matriks SWOT .....	47
2.8 Tinjauan Pustaka .....	52

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Obyek Penelitian .....	54
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.2.1 Data Primer .....	54
3.2.2 Data Sekunder.....	55
3.3 Metode Pengolahan Data.....	55
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah.....	59

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1 Profil Perusahaan .....	60
4.2 Pengumpulan Data.....	60
4.2.1 Metode Pengumpulan Data.....	60
4.2.2 Alat Pengumpul Data.....	62
4.2.3 Analisis Data.....	62
4.2.4 Etika Penulisan .....	63
4.3 Pengolahan Data .....	63
4.3.1 Kondisi Internal Batik Glugu Boyolali.....	63
4.3.2 Kondisi Internal Batik Plumpungan Salatiga .....	73
4.3.3 Kondisi Internal Batik Cempaka Laweyan.....	76
4.3.4 Kondisi Eksternal.....	80
4.3.5 Analisis SWOT .....	82

4.4 Analisis Data .....	102
4.4.1 Analisis Strategi.....	102
4.4.2 Analisis Strategi Pemasaran .....	107

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran .....	114

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi perusahaan berdasarkan posisi bersaing perusahaan dengan menggunakan Analisis SWOT dan Benchmarking dan strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut: dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang berdaya saing, sebagai bahan referensi dan juga pengetahuan kepada siapa saja yang ingin menggunakan analisis SWOT dan Benchmarking produk sebagai penentu strategi pemasaran atau pun siapa saja yang ingin melakukan penelitian sejenis.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan dukungan data kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan serta data-data real dilapangan dan kuesioner dari internal dan eksternal.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan Analisis SWOT nilai dari IFAS sebesar -0,6761, nilai EFAS sebesar 1,0641, sehingga dikategorikan kuadran 3. Sehingga strategi pemasaran yang mesti dilakukan oleh Batik Glugu Boyolali adalah strategi *Weakness-Opportunity* (WO). Strategi pemasaran untuk pertama kali yang harus dilakukan adalah memindahkan lokasi berdirinya perusahaan ketempat yang lebih strategis, kemudian ditambahkannya tenaga kerja untuk marketing online dan SPG, pelatihan terhadap SDM agar terampil dan berpengalaman, diberikannya penunjuk arah untuk menuju lokasi pabrik, dana promosi ditambahkan menjadi 15-20% dari omset penjualan, serta dilakukanya strategi diskon harga beli 3 diskon 10%, untuk semua jenis kain baik dilakukan pada saat pameran atau pada bulan-bulan tertentu saja.

***Kata Kunci: Batik, Analisis SWOT, Benchmarking, Strategi Pemasaran.***