

ABSTRAK

Hidayati, Nur. 2023. *Analisis Problematika Pemasaran Industri Batik Dewi Rengganis Di Desa Jatiurip Kecamatan Krejengan Dalam Penerapan Marketing Mix*. Skripsi Program Studi Sosial Dan Humaniora Universitas Nurul Jadid Pembimbing (I) Moh. Idil Ghufro, M.E.I (II) Fahrudin, M.M

Kata Kunci : Problematika Pemasaran, Industri Batik, Marketing Mix.

Problematika pemasaran merupakan hambatan- hambatan yang dihadapi oleh pihak pengusaha dalam menjalankan usahanya dari segi memasarkan produk maupun jasanya. Problematika pemasaran yang dialami oleh Industri ini akan menyebabkan gulung tikar. Faktor terjadinya gulung tikar ini salah satunya disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran. Industri Batik di Kabupaten Probolinggo berjumlah 13 Industri Batik. Salah satunya Industri Batik Dewi Rengganis. Industri Batik Dewi Rengganis ini berada di Desa Jatiurip Kec. Krejengan Kab. Probolinggo, ini berkembang dengan cukup baik. Namun Industri batik ini mengalami problem diantaranya; Persaingan yang tinggi, yang disebabkan pengusaha batik meningkat dan tersisihnya batik asli premium, Harga batik hanya terjangkau oleh sebagian kalangan. Hal tersebut yang menjadi latar belakang Industri Batik Dewi Rengganis mengalami problematika pemasaran dalam penerapan *Marketing Mix*. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis problematika pemasaran Industri Batik Dewi Rengganis di Desa Jatiurip Kecamatan Krejengan dalam penerapan *Marketing Mix*.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti bertindak sebagai pengamat penuh. Lokasi penelitian ini berada di Desa Jatiurip Kecamatan Krejengan Kabupaten Probolinggo. Sumber data dalam penelitian ini di peroleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa 1) Industri Batik Dewi Rengganis ini menerapkan strategi pemasaran berbentuk *Marketing Mix* 2). Industri Batik Dewi Rengganis ini mengalami problematika pemasaran dalam menerapkan *Marketing Mix*, kurang baik. Problematika pemasaran yang dialami ini menyebabkan harga melambung tinggi sehingga hanya terjangkau sebagian kalangan dengan taraf ekonomi menengah keatas. Harga yang melambung tinggi ini disebabkan oleh lemahnya *Marketing Mix* 7P yang diterapkan.