

ABSTRAK

Tiya Istiqomah. 2026. *Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora, Jawa Tengah*. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, FKIP, Universitas PGRI Madiun (UNIPMA). Pembimbing (1) Dr. Dra. Ninik Sriyani, M.Pd., M.M. Pembimbing (2) Yahya Reka Wirawan, S.Pd., M.Pd.

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora, dalam meningkatkan daya saing. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta mengkaji upaya menjaga kualitas produk dan inovasi usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan sepuluh pemilik UMKM, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, sementara analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran UMKM di Kecamatan Jepon masih didominasi oleh metode konvensional seperti penjualan langsung, jaringan relasi, dan promosi dari mulut ke mulut, meskipun sebagian pelaku usaha telah mengadopsi media digital dan *marketplace* (WhatsApp, Facebook, TikTok, Shopee). Faktor pendukung utama pemasaran adalah penggunaan bahan baku kayu jati berkualitas tinggi dan hubungan pelanggan yang kuat. Sebaliknya, faktor penghambat meliputi tingginya biaya pengiriman (ongkir), persaingan pasar yang ketat, serta keterbatasan literasi digital. Konsistensi kualitas produk dijaga melalui pemilihan kayu jati tua, pengeringan, dan *finishing* yang cermat. Namun, inovasi yang dilakukan masih tergolong elementer dan berorientasi pada permintaan pesanan (*order-driven*) serta tren musiman.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing, UMKM, Kerajinan Kayu Jati.

ABSTRACT

Tiya Istiqomah. 2026. *A Case Study of MSMEs in Jepon District, Blora Regency, Central Java*. Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education (FKIP), Universitas PGRI Madiun (UNIPMA). Supervisor (1) Dr. Dra. Ninik Sriyani, M.Pd., M.M. Supervisor (2) Yahya Reka Wirawan, S.Pd., M.Pd..

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, MSMEs, Teak Wood Handicrafts

This study focuses on the marketing strategies of teak wood handicraft MSMEs in Jepon District, Blora Regency, in enhancing competitiveness. The objective of this research is to analyze the implemented marketing strategies, identify supporting and inhibiting factors, and examine efforts to maintain product quality and business innovation. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data collection techniques include in-depth interviews with ten MSME owners, direct observation, and documentation study. Data validity was tested through source, technique, and time triangulation, while data analysis was carried out through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that marketing strategies of MSMEs in Jepon District are still dominated by conventional methods such as direct sales, networking, and word-of-mouth promotion, although some business owners have adopted digital media and marketplaces (WhatsApp, Facebook, TikTok, Shopee). The primary supporting factors for marketing are the use of high-quality teak wood raw materials and strong customer relationships. Conversely, inhibiting factors include high shipping costs, fierce market competition, and limited digital literacy. Product quality consistency is maintained through the selection of mature teak wood, proper drying, and meticulous finishing. However, innovation remains elementary, being order-driven and focused on seasonal trends..