

INTISARI

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif bertujuan mengetahui potensi dan penerapan strategi yang sebaiknya digunakan oleh rumah produksi batik di Kecamatan Tirtomoyo. Analisis yang digunakan yaitu analisis segmentasi psikografi untuk mengetahui target dalam memasarkan produk. Target pemasaran produk yang dimaksud merupakan perilaku konsumen berdasarkan pada pengetahuan, sikap, dan reaksi konsumen. Analisis usaha daya tarik wisata untuk mengetahui potensi keunggulan batik Wonogiren dilihat dari motif dan filosofisnya, serta kegiatan di objek meliputi membangun dan mengelola objek daya tarik wisata beserta prasarana dan sarana yang diperlukan.

Ciri khas batik Wonogiren menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen / wisatawan sehingga dapat menjadi oleh – oleh khas daerah Kabupaten Wonogiri. Penerapan analisis *marketing mix 8p* memudahkan pengrajin / pengusaha batik untuk memproduksi produk batik sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen atau wisatawan. Produknya lebih unggul dan menjadi kunci dalam memikat konsumen atau wisatawan. Harga yang sudah tersegmentasi, pendistribusian produk yang tepat sasaran, promosi yang intensif di berbagai media, proses pemasaran batik yang lebih berhati – hati terhadap pengalaman konsumen atau wisatawan, lingkungan fisik yang memberikan nilai positif dengan mendukung jalannya produksi, staf yang menerapkan *hospitality*, dan produktivitas yang menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan / rumah produksi batik.

Kata Kunci : Batik Wonogiren, Kecamatan Tirtomoyo, Segmentasi

Usaha Daya Tarik Wisata, *Marketing Mix 8p*.

ABSTRACT

The research method used is descriptive qualitative aims at knowing the potential and the application of strategies that should be used by batik production house in district of Tirtomoyo. Analysis of segmentation that used is analysis psychographic to know the target market of the product. Target marketing are constituted consumer behavior based on knowledge, attitude, and consumer reactions. Analysis of the tourist attraction's efforts to find out the potential advantages of batik Wonogiren are seen from the motifs and indigenous philosophical, as well as activities in building and managing objects includes objects of tourist attraction along with the infrastructure and tools that are needed.

The characteristic batik Wonogiren becomes attraction for consumers/tourists, so it can be typical regional souvenirs Wonogiri Regency. Analysis of the application of marketing mix 8 p makes it easy for craftsmen/businessmen to manufacture products batik in accordance with the demand and desire of the customer or the tourists. Its products are superior and became key in luring consumers or tourists. Prices that already segmented, distributing products is right on target, an intensive promotion in the various media, batik marketing process more cautious on the consumer experience or tourists, the physical environment that provides positive value by supporting the operations of the production, the staff that implements the hospitality, and productivity that became a benchmark of success of an enterprise/House of batik production.

Keywords : Batik Wonogiren, Tirtomoyo District, Segmentation,
Business Tourist Attraction, Marketing Mix 8p.