

ABSTRAK

Nurdinatul Ahdiyah, 2024, *Strategi Inovasi Produk Batik dalam Menghadapi Persaingan Pasar Fashion (Studi Kasus Batik Al Barokah Pekandangan Bluto Sumenep)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Dr. H. Nashar M.M., M.Si.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Batik, Pasar Fashion.*

Batik selain sebagai salah satu warisan budaya juga menjadi salah satu sumber dari terbukanya UKM di kalangan masyarakat, khususnya di Pekandangan Bluto, Sumenep. Menggabungkan unsur budaya dalam batik dengan unsur modern dalam dunia fashion menjadi tantangan tersendiri bagi pengusaha batik. Oleh karena itu, Batik Al-Barokah sebagai salah satu pengusaha batik di Pekandangan Bluto Sumenep memiliki strategi tersendiri dalam berinovasi untuk bersaing dalam pasar fashion saat ini. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini fokus terhadap tiga permasalahan, yaitu: *pertama* bagaimana strategi inovasi produk batik yang diterapkan, *kedua* bagaimana implementasi dari strategi tersebut, *ketiga* apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi inovasi produk Batik Al-Barokah dalam menghadapi persaingan pasar fashion.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan, pekerja batik, dan konsumen batik. Data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan seluruh data kemudian menganalisis data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pertama* ada beberapa strategi inovasi yang dilakukan produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep dalam menghadapi persaingan pasar fashion, diantaranya mengembangkan kualitas produk yang dicapai dengan melakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi tren terkini dalam fashion. Selain itu Usaha Batik Al-Barokah melakukan Strategi inovatif dalam pemasaran supaya bisa bersaing dengan kompetitor sehingga melakukan berbagai cara diantaranya adalah menjalankan promosi yang kreatif, menempatkan. *Kedua* Implementasi strategi inovasi batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep dilakukan dalam beberapa cara diantaranya mengembangkan atribut produk dengan cara adaptasi, modifikasi, substitusi, kombinasi, memproduksi barang dengan bahan yang berkualitas dan mengembangkan inovasi produk dengan mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XXL. *Ketiga* Kendala yang dihadapi produk batik Al Barokah dari segi pemasaran, sebab masyarakat kebanyakan tidak paham atau mengetahui mengenai identitas dari batik ini, kesulitan mendapat bahan baku, kesulitan mendapatkan karyawan yang terampil membuat batik.