

Strategi Pemasaran Industri Kerajinan Menengah Tembaga dan Kuningan Talijiwo Art Tumang Cepogo Boyolali

ABSTRAK

Kerajinan tradisional tembaga dan kuningan di Tumang merupakan kerajinan warisan budaya yang memiliki karakteristik yang khas. Salah satunya Talijiwo Art yang memiliki tekstur tempa yang khas dan bentuk yang beragam dari sistem *custom*. Namun Talijiwo Art memiliki permasalahan pada pemasarannya yang tidak efektif dalam menjangkau pasar milenial karena masih menjual produknya secara konvensional dan promosi mulut ke mulut yang menyebabkan pertumbuhan bisnisnya tidak berkembang dan karakteristik produknya yang khas kurang ditonjolkan perusahaan dengan baik akibat informasi yang tidak tersebar luas. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya. Penelitian menggunakan metode pendekatan desain dengan analisis data lingkungan internal dengan STP dan *marketing mix* serta eksternal dengan PEST & Porter Five Force dan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS. Hasil penelitian adalah perancangan strategi implementasi sebagai rekomendasi dengan melakukan strategi pemasaran rancangan media *online* dan *offline* desain visual dalam pemasaran dengan tujuan agar dapat mengembangkan kerajinan Talijiwo yang unik dengan karakteristik yang khas.

Kata Kunci : Kerajinan, Karakteristik, Pemasaran, Tembaga, Talijiwo Art