

## ABSTRAK

Strategi pemasaran yang diterapkan dalam industri pengolahan limbah padat tekstil dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah meningkatnya kesadaran industri terhadap pentingnya pengelolaan limbah yang efisien dan ramah lingkungan. Selain itu, terdapat kebutuhan mendesak bagi perusahaan pengolah limbah tekstil untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna memenangkan persaingan di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dalam industri ini, serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan strategi tersebut dalam meningkatkan daya saing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan wawancara mendalam serta observasi. Penelitian dilakukan di beberapa perusahaan pengolah limbah tekstil di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, yang dipilih berdasarkan peran strategis mereka dalam industri ini. Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan serta tantangan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran sangat dipengaruhi oleh pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pasar dan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan bauran pemasaran dengan dinamika pasar yang ada. Perusahaan yang melakukan evaluasi dan penyesuaian secara terus-menerus terhadap strategi pemasaran mereka terbukti memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan evaluasi secara berkala. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti pemerintah dan organisasi non-pemerintah, juga berperan penting dalam memperkuat posisi perusahaan di pasar sesuai dalam hasil analisis menggunakan metode Analisis SWOT.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Daya Saing Perusahaan, Pengolahan Limbah Padat Tekstil, Industri Tekstil.**

## ABSTRACT

*The marketing strategies implemented in the textile solid waste processing industry aim to enhance the competitiveness of companies amidst increasingly intense market competition. The phenomenon underlying this research is the growing awareness within the industry of the importance of efficient and environmentally friendly waste management. Additionally, there is an urgent need for textile waste processing companies to develop effective marketing strategies to succeed in the market. This study aims to analyze various marketing strategies employed by companies in this industry and identify key factors influencing the success of these strategies in enhancing competitiveness. The research method used is qualitative, utilizing a literature study, in-depth interviews, and observations. The study was conducted in several textile waste processing companies in Majalaya District, Bandung Regency, selected based on their strategic role in the industry. Interviews were conducted with company owners to obtain a comprehensive understanding of the marketing strategies implemented and the challenges faced. The results indicate that the success of marketing strategies is heavily influenced by a deep understanding of market needs and the company's ability to adapt its marketing mix to current market dynamics. Companies that continuously evaluate and adjust their marketing strategies demonstrate higher competitiveness compared to those that do not regularly evaluate. Furthermore, the study found that collaboration with external parties, such as the government and non-governmental organizations, also plays a significant role in strengthening the company's market position, as analyzed using the SWOT Analysis method.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Company Competitiveness, Textile Solid Waste Processing, Textile Industry*