

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Studi Komparatif Penjualan Luring Versus Penjualan Daring Pada Kerajinan Flanel Di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Intan Maratus Sholekah, NIM: 17402163236, dengan dosen pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu pelaku usaha bila hanya mengandalkan produk tanpa usaha tertentu untuk mengembangkan produknya guna meningkatkan volume penjualan. Dengan adanya strategi pemasaran dan media yang tepat dapat meraih pasar yang dituju sehingga dalam perdagangan atau bisnis volume penjualan mengalami peningkatan dan keuntungan. Di Kabupaten Tulungagung sudah banyak orang yang menjalankan bisnis industri kreatif, salah satunya di bidang industri rumahan kerajinan flanel. Usaha ini mulai populer dan berkembang sejak awal tahun 2010-an yang berawal dari hobi, kemudian berkembang menjadi usaha kecil yang mampu menghasilkan pendapatan tambahan keluarga. Dalam penjualan kerajinan flanel ini menggunakan dua sistem yaitu pertama, sistem penjualan luring adalah situasi ketika seseorang menawarkan atau menjual produk-produknya secara langsung kepada konsumen, baik konsumen perorangan maupun bisnis. Kedua, sistem penjualan daring adalah bentuk persentase dan promosi, pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat sosial media, internet, majalah, brosur, papan iklan, televisi, radio, dan lain sebagainya. Jadi, kedua sistem transaksi ini akan membuat hubungan yang baik dalam pikiran masyarakat. Minat yang timbul dalam diri konsumen akan berpengaruh dalam peningkatan jumlah penjualan, karena akan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli barang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya perbedaan antara penjualan luring versus penjualan daring pada Kerajinan Flanel di Kabupaten Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden, yaitu para pengrajin flanel yang ada di Kabupaten Tulungagung, yang dibagi menjadi 20 untuk responden luring dan 20 untuk responden daring. Pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik *sampling purposive*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner penelitian kepada responden. Selanjutnya, data kuesioner yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *SPSS 22,0 for windows* dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, dan uji *independent t-test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara penjualan secara luring dan daring pada kerajinan flanel di Kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji perbandingan (*independent t-test*) dengan nilai *mean* untuk penjualan daring sebesar 20,00 dan penjualan luring sebesar 14,80, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ (nilai probabilitas) dan berdasarkan nilai $t_{hitung} 5,553 > t_{tabel} 2,02439$.

Kata Kunci: Volume penjualan, Sistem penjualan luring, Sistem penjualan daring

ABSTRACT

The thesis entitled "Comparative Study of Offline Sales Versus Online Sales of Flannel Crafts in Tulungagung Regency" was written by Intan Maratus Sholekah, NIM: 17402163236, with the supervisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

In conditions of competition, it is very dangerous for a business actor to only rely on products without a certain effort to develop their products in order to increase sales volume. With the right marketing strategy and media, you can reach the target market so that in trade or business sales volume increases and profits. In Tulungagung Regency, there are already many people who run creative industry businesses, one of which is in the field of flannel craft home industry. This business has become popular and has grown since the early 2010s which started as a hobby, then developed into a small business that is able to generate additional family income. In selling this flannel craft, two systems are used, namely first, the offline sales system is a situation when someone offers or sells their products directly to consumers, both individual consumers and businesses. Second, the online sales system is a form of percentage and promotion, marketing of goods and services using certain media such as social media letters, internet, magazines, brochures, billboards, television, radio, and so on. So, these two transaction systems will create a good relationship in people's minds. The interest that arises in consumers will have an effect on increasing the number of sales, because it will increase the attractiveness of consumers to buy goods.

The purpose of this study was to determine the difference between offline sales versus online sales on Flannel Crafts in Tulungagung Regency.

This research method uses a quantitative approach with a comparative type of research. The number of samples used in this study were 40 respondents, namely flannel craftsmen in Tulungagung Regency, which were divided into 20 for offline respondents and 20 for online respondents. Sample collection was done by purposive sampling technique. Data was collected by giving research questionnaires to respondents. Furthermore, the questionnaire data that has been obtained were then analyzed using SPSS 22.0 for windows with validity test, reliability test, normality test, homogeneity test, and independent t-test.

The results of this study indicate that there is a difference between offline and online sales of flannel handicrafts in Tulungagung Regency. This can be seen from the results of the comparison test (independent t-test) with a mean value for online sales of 20.00 and offline sales of 14.80, a significance value of 0.000 < 0.05 (probability value) and based on a t_{count} value of 5.553 > t_{table} , 2.02439.

Keywords: *Sales volume, Offline sales system, Online sales system*