

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karangon Kecamatan Karangon Trenggalek”, ini ditulis oleh Indah Choirun Nisa’, NIM. 12402173676, Pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya produk olahan yang sejenis sehingga menyebabkan semakin ketatnya persaingan usaha, maka setiap pelaku usaha dituntut untuk memberikan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan yang melakukan strategi pemasaran dengan tepat, maka menjadi efektif agar tujuan usaha tercapai dengan baik.

Fokus penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana segmentasi pasar untuk meningkatkan penjualan pada Rumah Coklat Desa Karangon Kecamatan Karangon Trenggalek? 2) Bagaimana strategi promosi untuk meningkatkan penjualan pada Rumah Coklat Desa Karangon Kecamatan Karangon Trenggalek? 3) Bagaimana strategi inovasi untuk meningkatkan penjualan pada Rumah Coklat Desa Karangon Kecamatan Karangon Trenggalek? 4) Bagaimana strategi harga untuk meningkatkan penjualan pada Rumah Coklat Desa Karangon Kecamatan Karangon Trenggalek?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus, sumber data yang diperoleh dari informasi, situasi lokasi, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut ini: 1) Segmentasi yang diterapkan oleh Rumah Coklat dalam meningkatkan penjualannya yaitu dengan menggunakan segmentasi berdasarkan Demografi dan segmentasi berdasarkan geografis. Segmentasi berdasarkan demografis yang menjadi sasarannya adalah semua umur, jenis kelamin, pekerjaan maupun pendidikan. Sedangkan segmentasi berdasarkan geografis adalah tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan tempat-tempat wisata. 2) Strategi promosi yang diterapkan oleh Rumah Coklat dalam meningkatkan penjualannya adalah dengan menggunakan media sosial seperti Instragram, Youtube, maupun Facebook. 3) Strategi inovasi yang diterapkan oleh Rumah Coklat dalam meningkatkan penjualannya adalah dengan memberikan inovasi terhadap ukuran produk, inovasi terhadap kemasan, dan inovasi dengan memberikan desain yang menarik. 4) Strategi harga yang diterapkan oleh Rumah Coklat dalam meningkatkan penjualannya dengan menggunakan harga rendah dan tetap mempertahankan kualitas bahan baku.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Rumah Coklat

ABSTRACT

This thesis entitled “Marketing Strategy to increase sales in Rumah Coklat village Karangany district Karangany Trenggalek” written by Indah Choirun Nisa’, NIM 12402173676, and supervised by Siswahyudianto, M.M.

The research is motivated by the existence of similar processed products, causing increasingly fierce business competition, so every business actor is required to provide the right marketing strategy. Companies that carry out marketing strategies correctly can be effective so that business goals are achieved properly.

The focus of this research are: 1) How to segment the market to increase sales in in Rumah Coklat village Karangany district Karangany Trenggalek? 2) How is the promotion strategy to increase sales in Rumah Coklat village Karangany district Karangany Trenggalek? 3) How is the innovation strategy to increase sales in Rumah Coklat village Karangany district Karangany Trenggalek? 4) How is the pricing strategy to increase sales in Rumah Coklat village Karangany district Karangany Trenggalek?

This research used qualitative research type using a case study approach, data sources obtained from information, location situations, and documentation. The technique of data collection is done by interview, observation, and documentation.

The result of this research are: 1) The segmentation applied by Rumah Coklat to increase using segmentation based on demographics and segmentation based on geography. Segmentation based on demographics that are targeted are all ages, genders, occupations and education. While segmentation based on geography is a place that is easily accessible by the public and tourist attractions. 2) The promotion strategy employed by Rumah Coklat in promoting its sales is to use social media such as Instagram, YouTube and Facebook. 3) The innovation strategy implemented by Rumah Coklat in increasing sales is by providing innovation in product size, innovation in packaging and innovation by providing attractive designs. 4) The price strategy applied by the Rumah Coklat to increase its sales by low prices and still maintain the quality of the raw materials

Key Terms: Marketing Strategy, Sales, Rumah Coklat