

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan terhadap Toko Multy Petshop Di Desa Talun Kecamatan Talun Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Benedicta As’ad NIM 12405183377, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Multy Petshop dalam meningkatkan volume penjualan. Dalam menerapkan strategi pemasaran Toko Multy Petshop menerapkan sistem 4P yaitu *Produc, Promotion, Place, dan Price*. Dinamika penjualan yang dilakukan oleh pemilik usaha saat ini banyak diwarnai dengan strategi-strategi dalam meningkatkan volume penjualan. Pelaku usaha petshop saat ini banyak ditemui di lapangan karena usaha ini dinilai cukup berpotensi.

Permasalahan penelitian ini meliputi (1) Bagaimana strategi produk dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Toko Multy Petshop? (2) Bagaimana strategi menentukan harga dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Toko Multy Petshop? (3) Bagaimana strategi memilih tempat dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Toko Multy Petshop? (4) Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan yang diterapkan di Toko Multy Petshop? (5) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Multy Petshop?

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Multy Petshop guna meningkatkan volume penjualan.

Adapun penelitian di Toko Multy Petshop, ditemukan jika strategi menentukan produk meliputi varian merek yang bermacam-macam dan juga lengkap, dalam strategi harga Toko Multy Petshop melakukan beberapa strategi harga yang murah dari pesaingnya, tetapi dengan kualitas barang yang sama, dalam penentuan strategi lokasi di Toko Multy Petshop, beberapa strategi tersebut antara lain lokasinya berada di jalan provinsi penghubung antara kabupaten Blitar dengan Malang dan Kabupaten Blitar dengan Tulungagung, dalam strategi di Toko Multy Petshop, berikut strategi yang diterapkan antara lain periklanan melalui media sosial Instagram, bundling produk hingga diskon atau potongan harga pada jumlah pembelian dan hari tertentu, dan faktor pendukung dari terealisasinya target penjualan Toko Multy Petshop dalam memilih strategi sangat dikenal oleh para konsumen. Selain itu, pemilihan jenis promosi yang dilakukan seperti beli satu gratis satu juga dinilai berhasil.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Meningkatkan Volume Penjualan*

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Sales Volume to Multi Petshop Shops in Talun Village, Talun District, Blitar Regency" was written by Benedicta As'ad NIM 12405183377, Department of Sharia Business Management, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

The research in this thesis is motivated by the marketing strategy carried out by Multy Petshop Shop in increasing sales volume. In implementing the marketing strategy, Multy Petshop Store applies a 4P system, namely Product, Promotion, Place, and Price. The dynamics of sales carried out by business owners today are colored by strategies to increase sales volume. Currently, there are many petshop business actors found in the field because this business is considered to be quite potential.

The problems of this research include (1) How is the product marketing strategy in increasing sales volume implemented at the Multy Petshop Store? (2) How is the price marketing strategy in increasing sales volume implemented at the Multy Petshop Store? (3) How is the place marketing strategy in increasing sales volume implemented at the Multi Petshop Store? (4) How is the promotional strategy to increase sales volume implemented at the Multi Petshop Store? (5) What are the supporting and inhibiting factors at Multi Petshop Shop in increasing sales volume?

This research uses a type of descriptive qualitative research method. Source of data obtained is primary data. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The purpose of this research is to find out the marketing strategy implemented by the Multy Petshop Store in order to increase sales volume.

As for the research at the Multy Petshop Store, it was found that the strategy for determining the product includes a variety of brand variants and is also complete, in the price strategy the Multy Petshop Store carries out several price strategies that are cheaper than its competitors, but with the same quality of goods, in determining the location strategy at the Multy Petshop Store, some of these strategies include the location on the provincial road connecting Blitar Regency with Malang and Blitar Regency with Tulungagung, in the strategy at the Multy Petshop Store, the following strategies implemented include advertising through Instagram social media, product bundling to discounts. or discounts on certain days, and the supporting factors for the realization of the Multy Petshop store's sales target in choosing a strategy are well known by breeders. In addition, the selection of the type of promotion carried out such as buy one get one free was also considered successful.

Keywords: Marketing Strategy, Increasing Sales Volume