

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Penjualan pada Warung Sate Ayam Pak Imam Desa Sukoanyar Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Niken Cahya Aprilia, NIM 12405193297, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing skripsi Dr. Suminto, M.Pd.I.

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan. Banyaknya persaingan harga yang bergerak dibidang yang sama dengan kualitas produk yang sama tetapi dengan harga penjualan yang berbeda membuat pelaku bisnis harus mempunyai pertimbangan dan metode dalam menetapkan harga yang tepat dan sesuai agar dapat meningkatkan penjualan pada bisnisnya.

Beberapa fokus dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi penetapan harga berbasis permintaan dalam meningkatkan penjualan pada warung sate ayam Pak Imam Desa Sukoanyar Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung?, 2) Bagaimana strategi penetapan harga berbasis persaingan dalam meningkatkan penjualan pada warung sate ayam Pak Imam Desa Sukoanyar Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung?. Dan tujuan dari penelitian yaitu: 1) Untuk mendeskripsikan strategi penetapan harga berbasis permintaan dalam meningkatkan penjualan pada warung sate ayam Pak Imam Desa Sukoanyar Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung., 2) Untuk mendeskripsikan strategi penetapan harga berbasis persaingan dalam meningkatkan penjualan pada warung sate ayam Pak Imam Desa Sukonyar Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung.

Metode penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan Miles dan Huberman melalui kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi penetapan harga berbasis permintaan pada warung sate ayam Pak Imam mempertimbangkan beberapa hal yaitu: kemampuan daya beli pelanggan, kemauan pelanggan untuk membeli suatu produk, suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat produk yang diberikan pada pelanggan, pasar potensial bagi produk tersebut, dan karakteristik persaingan non harga, 2) Strategi penetapan harga berbasis persaingan pada warung sate ayam Pak Imam dengan menerapkan metode *customary pricing* yang dibuktikan dengan menetapkan harga dari dulu sampai sekarang tidak berubah. Dan *at market pricing* dibuktikan dengan harga yang ditetapkan sebesar harga pasar Rp 1.250 didasarkan pada permintaan konsumen dan menyesuaikan harga yang sama dengan pesaingnya.

Kata Kunci: Strategi penetapan harga, warung sate, peningkatan penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title "Pricing Strategies in Increasing Sales at Pak Imam's Chicken Satay Warung, Sukoanyar Village, Pakel District, Tulungagung Regency" was written by Niken Cahya Aprilia, NIM 12405193297, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with supervisor thesisd Dr. Suminto, M.Pd.I.

Pricing is an important aspect of trading activities. The large number of price competitions engaged in the same field with the same product quality but with different selling prices makes business people have to have considerations and methods in setting the right and appropriate prices in order to increase sales in their business.

Some of the focuses in this research are: 1) What is the demand-based pricing strategy to increase sales at Pak Imam's chicken satay stall, Sukoanyar Village, Pakel Kabupaten District, Tulungagung?, 2) How is the competition-based pricing strategy to increase sales at Pak Imam's chicken satay stall, Desa Sukoanyar, Pakel District, Tulungagung Regency. And the objectives of the research are: 1) To describe a demand-based pricing strategy in increasing sales at Pak Imam's chicken satay stall, Sukoanyar Village, Pakel District, Tulungagung Regency., 2) To describe a competition-based pricing strategy in increasing sales at Pak Imam's chicken satay stall Sokonyar Village, Pakel District, Tulungagung Regency.

This research method includes qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation. Data analysis uses the Miles and Huberman approach through data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that: 1) The demand-based pricing strategy at Pak Imam's chicken satay stall considers several things, namely: the customer's purchasing power, the customer's willingness to buy a product, a product in the customer's lifestyle, the benefits of the product provided to the customer, the market the potential for this product, and the characteristics of non-price competition, 2) The competition-based pricing strategy at Pak Imam's chicken satay stall by applying customary pricing methods as evidenced by setting prices from the past until now has not changed. And at market pricing is evidenced by the price being set at the market price of IDR 1,250 based on consumer demand and adjusting the price to be the same as that of its competitors.

Keywords: *Pricing strategy, satay stalls, increased sales*