

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Volume Penjualan (Studi Kasus pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta Desa Kedungsoko)” ini ditulis oleh Dias Mahesty, NIM. 12402193073 dengan dosen pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berubah-ubah serta respon atas perubahan tersebut, untuk itu perusahaan perlu memahami atas perubahan perilaku konsumen supaya konsumen loyal terhadap perusahaan. Loyalitas konsumen bersifat jangka panjang dan berperan dalam menjaga citra perusahaan, semakin lama konsumen loyal maka semakin besar omset yang diperoleh perusahaan. Volume penjualan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menguasai pangsa pasar, sehingga semakin tinggi jumlah penjualan pada suatu perusahaan maka kemungkinan keuntungan yang diperoleh juga semakin besar. Untuk itu, perusahaan perlu menetapkan strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan volume penjualan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: 1) Bagaimana strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta? 2) Bagaimana strategi untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data diperoleh dari data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta adalah melayani konsumen dengan ramah, memberikan kemudahan pada konsumen, pemasaran melalui media *online* dan *offline*, menjaga kualitas produk, memiliki izin usaha legal, menghargai keputusan konsumen, menjalin komunikasi baik dengan konsumen, dan memberikan bonus. UMKM Bakpia Eka juga menawarkan produk ke target pasar, memberikan sampel, dan potongan harga. UMKM Bakpia Mifta juga meminta pendapat ke orang terdekat, mengamati komentar konsumen, dan layanan pengantaran. 2) Strategi untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta adalah promosi melalui media *online* dan *offline*, distribusi produk langsung dan tidak langsung, identifikasi calon pembeli potensial, dan *display* produk dengan menarik. UMKM Bakpia Eka juga mengikuti *event* bazar dan memberi potongan harga. UMKM Bakpia Mifta juga mengamati komentar konsumen, melakukan foto produk, dan menjadi tempat kunjungan siswa PAUD hingga SD. Sehingga strategi yang dijalankan berdampak untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan volume penjualan, serta implikasi praktis hasil penelitian adalah mendorong UMKM Bakpia Eka dan UMKM Bakpia Mifta, pada khususnya, dan UMKM makanan ringan, pada umumnya, untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan volume penjualan.

Kata kunci: UMKM, loyalitas konsumen, volume penjualan

ABSTRACT

The script entitled "Strategy to Increase Consumer Loyalty and Sales Volume (Case Study on UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta Village Kedungsoko)" was written by Dias Mahesty, NIM. 12402193073 with the guidance lecturer Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

This study set out that consumers have changing needs and desires and responses to these changes, so companies need to understand changes in consumer behavior for consumers to be loyal to the company. Consumer loyalty is long-term and plays a role in maintaining the company's image, the longer the customer is loyal, the greater the turnover the company gets. Sales volume is a measure of the company's success in controlling market share, so the higher the number of sales at a company, the greater the likelihood of profits being made. For this reason, companies need to establish strategies to increase consumer loyalty and sales volume. As for the problem formulation in this study, namely: 1) How is the strategy to increase consumer loyalty to UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta? 2) How is the strategy to increase sales volume in UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta?

This study used a qualitative approach with a type of case study. Data sources are obtained from primary data using data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Test the validity of the data using credibility, transferability, dependability, and confirmability. Data analysis is performed through data reduction, data presentation, and conclusion withdrawal.

The research results show that: 1) The strategy for increasing consumer loyalty to UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta is to serve consumers kindly, provide convenience to consumers, market through online and offline media, maintain product quality, have legal business licenses, appreciate consumer decisions, and promote them through online and offline media, establish good communication with consumers, and provide bonuses. UMKM Bakpia Eka also offers products to target markets and provides samples and price cuts. UMKM Bakpia Mifta also asked the nearest person for opinions, observing consumer comments, and delivery services. 2) Strategies to increase sales volume at UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta are promotion through online and offline media, direct and indirect product distribution, potential buyer candidate identification, and product display with interest. UMKM Bakpia Eka also attended the bazaar event and gave a price cut. UMKM Bakpia Mifta also observed consumer comments, took photos of products, and became a place for PAUD students to elementary school. Thus, the strategies implemented have an impact on increasing consumer loyalty and sales volume, as well as practical implications for research results, are encouraging UMKM Bakpia Eka and UMKM Bakpia Mifta, in particular, and snack UMKM, in general, to increase consumer loyalty and sales volume.

Keywords: UMKM, consumer loyalty, sales volume