

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Marketing* dalam Meningkatkan Omset Penjualan *Bakery* dan *Catering* (Studi Kasus pada Toko *Online* Jong.Cake di Desa Srengat Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar)” yang ditulis Resdyananda Adaninggar, NIM 12405193192, yang dibimbing oleh Dr. Suminto, M.Pd.I.

Mengingat banyaknya persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang saling bertarung merebut konsumen di setiap lini, pemasaran menjadi suatu hal yang sangat penting. Peluang pemasaran selalu terbuka untuk semua pelaku usaha, asal seorang pelaku usaha tersebut harus selalu bisa untuk melakukan inovasi dan kreatif dalam mengembangkan pasar. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat fokus penelitian yang dirumuskan oleh peneliti, yaitu : 1) Bagaimana strategi produk dalam meningkatkan omset penjualan *bakery* dan *catering* di Toko *Online* Jong.Cake Blitar. 2) Bagaimana strategi harga dalam meningkatkan omset penjualan *bakery* dan *catering* di Toko *Online* Jong.Cake Blitar. 3) Bagaimana strategi lokasi dalam meningkatkan omset penjualan *bakery* dan *catering* di Toko *Online* Jong.Cake Blitar. 4) Bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan omset penjualan *bakery* dan *catering* di Toko *Online* Jong.Cake Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Toko *Online* Jong.Cake Blitar melakukan strategi produk dengan memperhatikan variasi produk, mengkalsifikasikan produk, memperhatikan atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap dan jaminan, kualitas, fitur, dan desain produk. 2) Toko *Online* Jong.Cake Blitar melakukan strategi harga dengan memperhatikan upaya penerapan harga dari kombinasi metode penetapan harga yaitu berbasis permintaan, biaya, keuntungan, dan persaingan. Selain metode penetapan harga, Jong.Cake dalam menetapkan strategi juga memperhatikan indikator harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga, dan daya saing harga. 3). Toko *Online* Jong.Cake melakukan strategi lokasi dengan memperhatikan tipe interaksi dengan pelanggan dimana konsumen mendatangi perusahaan atau pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, dimana hanya berinteraksi atau melakukan pemesanan melalui sosial media. 4) Toko *Online* Jong.Cake melakukan strategi lokasi dengan promosi secara *Online* melalui media sosial. Elemen promosi yang diperhatikan adalah *advertising*, *public relation*, dan *word of mouth*.

Kata Kunci : Strategi *Marketing*, Omset Penjualan, *Bakery* dan *Catering*.

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy in Increasing Bakery and Catering Sales Turnover (Case Study of the Jong.Cake Online Shop in Srengat Village, Srengat District, Blitar Regency)" written by Resdyananda Adaninggar, NIM 12405193192, who was supervised by Dr. Suminto, M.Pd.I.

Given the amount of competition between companies that are fighting each other for consumers in every line, marketing becomes a very important thing. Marketing opportunities are always open to all business actors, as long as a business actor must always be able to innovate and be creative in developing the market. Therefore, this study raises the research focus formulated by researchers, namely: 1) How is the product strategy in increasing bakery and catering sales turnover at the Jong.Cake Blitar Online Shop. 2) How is the pricing strategy in increasing bakery and catering sales turnover at the Jong.Cake Blitar Online Shop. 3) What is the location strategy in increasing bakery and catering sales turnover at the Jong.Cake Blitar Online Shop. 4) How is the promotion strategy in increasing bakery and catering sales turnover at the Jong.Cake Blitar Online Shop. This study uses a descriptive qualitative approach.

Collecting data from this study using the method of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification.

The results of the study show that: 1) Jong.Cake Blitar Online Store carries out a product strategy by paying attention to product variations, classifying products, paying attention to product attributes consisting of brands, packaging, labels, complementary services and guarantees, quality, features, and product design. 2) The Jong.Cake Blitar Online Store carries out a pricing strategy by taking into account efforts to apply prices from a combination of pricing methods, namely based on demand, costs, profits, and competition. In addition to the pricing method, Jong.Cake in setting the strategy also pays attention to price indicators consisting of price affordability, price suitability, and price competitiveness. 3). The Jong.Cake Online Store carries out a location strategy by paying attention to the type of interaction with customers where consumers visit companies or service providers and consumers do not meet in person, where they only interact or place orders through social media. 4) Jong.Cake Online Store does a location strategy with Online promotions through social media. Promotional elements that are considered are advertising, public relations, and word of mouth.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales Turnover, Bakery and Catering.*