

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Penjualan di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar” yang ditulis oleh Alif Nur Anisa, NIM 12405173132, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, 2023, Dosen Pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini di latar belakang oleh Industri tahu PO. Adi Jaya di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, menghadapi tantangan dalam meningkatkan volume penjualan produk mereka. Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengatasi masalah ini adalah strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran mencakup berbagai elemen seperti produk, harga, promosi, dan distribusi. Dalam konteks ini, strategi bauran pemasaran dapat membantu industri tahu PO. Adi Jaya untuk mengoptimalkan produk tahu mereka, menetapkan harga yang kompetitif, meningkatkan kesadaran konsumen melalui promosi yang efektif, serta memastikan distribusi yang efisien dan tepat sasaran. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat, diharapkan industri tahu PO. Adi Jaya dapat meningkatkan volume penjualan mereka, memperluas pangsa pasar, dan menghadapi persaingan yang lebih baik di industri tahu di wilayah tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk (product) dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar? 2) Bagaimana penerapan strategi pemasaran harga (price) dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar? 3) Bagaimana penerapan strategi pemasaran distribusi atau tempat (place) dalam meningkatkan volume penjualan di Industri Tahu PO. Adi Jaya Kelurahan Pakunden Kecamatan Sukorejo Kota Blitar?

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pemasaran produk tahu mentah PO. Adi Jaya dilakukan oleh para loper yang bekerjasama dengan industri tahu PO. Adi Jaya untuk meningkatkan volume penjualan. Loper tahu perlu mengembangkan strategi efektif untuk menarik perhatian konsumen dan mempromosikan produk mereka. Salah satu strategi adalah mengedepankan keunggulan produk dengan menjelaskan kualitas tahu yang dihasilkan. Namun, perusahaan perlu memperhatikan keuntungan finansial, riset pasar, preferensi konsumen, kualitas produk, layanan purna jual, dan citra merek dalam strategi pemasaran harga mereka. Penurunan volume penjualan Tahu PO. Adi Jaya disebabkan oleh persaingan yang ketat di pasar tahu, dengan banyak merek dan produsen tahu lokal maupun dari luar kota. Harga yang belum bersaing juga menjadi faktor penurunan penjualan. 2) Dalam penerapan strategi harga di

Industri Tahu PO. Adi Jaya di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, beberapa langkah yang dapat dipertimbangkan adalah: a) Analisis Pasar b) Segmentasi Pasar c) Penentuan Harga yang Kompetitif d) Penawaran Khusus e) Pengemasan Produk f) Kolaborasi dengan looper tahu g) Penelitian Kepuasan Pelanggan h) Penggunaan Media Sosial i) Monitoring dan Penyesuaian. 3) Adapun strategi pemasaran dan distribusi tahu melalui looper tahu kepada pelanggan adalah sebagai berikut: a) Efektivitas Distribusi Tahu melalui Loper Tahu b) Keterbatasan Stok Tahu yang Terjual Habis c) Meningkatkan Efisiensi Distribusi d) Membangun Hubungan Pelanggan e) Inovasi Produk dan Pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Bauran, Pemasaran, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Thesis with the title " Sales Strategy in the PO Tofu Industry. Adi Jaya, Pakunden Village, Sukorejo District, Blitar City” written by Alif Nur Anisa, NIM 12405173132, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah, 2023, Advisor to Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by the PO tofu industry. Adi Jaya in Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar, is facing challenges in increasing the sales volume of their products. One strategy that can be used to overcome this problem is the marketing mix strategy. The marketing mix strategy includes various elements such as product, price, promotion and distribution. In this context, the marketing mix strategy can help the industry know PO. Adi Jaya to optimize their tofu products, set competitive prices, increase consumer awareness through effective promotions, and ensure efficient and targeted distribution. By implementing the right marketing mix strategy, it is hoped that the industry will know PO. Adi Jaya can increase their sales volume, expand market share, and face better competition in the tofu industry in the region.

The formulation of the problems in this study are: 1) How is the application of product marketing strategies in increasing sales volume in the PO Tofu Industry. Adi Jaya, Pakunden Village, Sukorejo District, Blitar City? 2) How is the implementation of the price marketing strategy in increasing sales volume in the PO Tofu Industry. Adi Jaya, Pakunden Village, Sukorejo District, Blitar City? 3) How is the distribution or place marketing strategy implemented in increasing sales volume in the PO Tofu Industry. Adi Jaya, Pakunden Village, Sukorejo District, Blitar City?

The research method used in writing this thesis is qualitative research. While the type of research used to solve the problem of this research uses a qualitative descriptive research type.

The results of this study indicate that: 1) Marketing of PO raw tofu products. Adi Jaya is carried out by runners who work with the PO tofu industry. Adi Jaya to increase sales volume. Loper knows it needs to develop effective strategies to attract consumers' attention and promote their products. One strategy is to promote product superiority by explaining the quality of the tofu produced. However, companies need to pay attention to financial benefits, market research, consumer preferences, product quality, after-sales service and brand image in their price marketing strategy. Decrease in sales volume of Tofu PO. Adi Jaya is caused by intense competition in the tofu market, with many local and out-of-town tofu brands and producers. Uncompetitive prices are also a factor in the decline in sales. 2) In implementing the pricing strategy in the PO Tofu Industry. Adi Jaya in

Pakunden Village, Sukorejo District, Blitar City, several steps that can be considered are: a) Market Analysis b) Market Segmentation c) Competitive Pricing d) Special Offers e) Product Packaging f) Collaboration with tofu dealers g) Research Customer Satisfaction h) Use of Social Media i) Monitoring and Adjustment. 3) The marketing strategy and distribution of tofu through tofu deliverymen to customers are as follows: a) Effectiveness of Tofu Distribution through Tahu Loper b) Limited Stock of Tofu Sold Out c) Increasing Distribution Efficiency d) Building Customer Relationships e) Product and Marketing Innovation.

Keywords: Mix Strategy, Marketing, Sales Volume.