

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Keputusan Lokasi Usaha, Promosi, dan *Brand* dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung” ini ditulis oleh Andika Kurniawati, NIM. 1742143025, pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Ada beberapa faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha dan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah keputusan pemilihan lokasi usaha dan promosi. Selain itu, merek (*brand*) juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan penjualan karena untuk mencapai tingkat volume penjualan yang tinggi harus menggunakan merek produk yang diminati dan menarik konsumen.

Fokus penelitian yaitu (1) Apa faktor pemilihan lokasi usaha dalam meningkatkan volume penjualan, (2) Bagaimana kebijakan promosi yang dilaksanakan dalam meningkatkan volume penjualan, dan (3) Bagaimana strategi pemilihan dan pengembangan *Brand* dalam meningkatkan volume penjualan pada CV. Saha Perkasa Batik Gajah Mada Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif adalah penelitian yang lebih menekankan pada *quality* atau mementingkan hal yang penting dari sifat suatu barang maupun jasa. Jenis penelitian adalah dengan penelitian lapangan, yaitu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau terjun langsung kelapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) keputusan pemilihan lokasi usaha yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan dan faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha yaitu faktor lingkungan, faktor tenaga kerja, dan akses. (2) kebijakan promosi CV. Saha Perkasa Gajah Mada kegiatan promosi yang dipilih yaitu periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas. periklanan dengan menggunakan *banner* atau spanduk pada saat pameran, promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan potongan harga kepada konsumen jika melakukan pembelian lebih, penjualan tatap muka (*personal selling*) dengan menggunakan tenaga *marketing* untuk memasarkan produk perusahaan yang langsung bertatap muka dengan konsumen serta melayani pemesanan seragam batik baik instansi pemerintah maupun swasta, dan publisitas (*publicity*) dengan mengikuti pameran yang diselenggarakan di wilayah Tulungagung maupun di luar kota untuk lebih memperkenalkan produknya kepada konsumen. (3) strategi pemilihan dan pengembangan merek (*brand*) CV. Saha Perkasa Gajah Mada dengan mempertahankan merek agar selalu di benak masyarakat dan berusaha mempertahankan kualitas produk dengan cara memilih bahan baku yang berkualitas agar konsumen selalu puas dengan produk yang dihasilkan perusahaan dan konsumen melakukan pembelian secara berkelanjutan agar penjualan perusahaan terus meningkat.

Kata Kunci : Lokasi Usaha, Promosi, *Brand*, dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis with the title “An Analysis Business Location Decision, Promotion, and Brand to Improve Sales Volume at CV. Saha Perkasa Gajah Mada Tulungagung” that written by Andika Kurniawati, NIM 1742143025, Advisor by Ahmad Budiman, M.S.I.

There are some factors that determine the success of business and can improve sales volume of company. This factor is business location decision and promotion. In the other, brand is also the factor that can improve a sale because to reach the level of sales volume that high level must be used a brand of product which demanded and interesting for konsumen.

This research focus on (1) Is any factor of business location selection to improve sales volume?, (2) How is a promotion policy that held to improve sales volume?, (3) How is the strategy of selection and improvement brand to improve sales volume at CV. Saha Perkasa Gajah Mada Kauman District Tulungagung City?.

This research used qualitative research design where qualitative research is study that more emphasize on quality or emphasize of important things from character of a things or services. Types of this research is field research, it is a collected the method that done directly in field with used data collection method like observation, interview, and documentation.

The result of research showed that (1) business location decision that suitable can improve sales volume and consideration factors on business location selection is environmental factor, labor factor, and access. (2) promotion policy CV. Saha Perkasa Gajah Mada in promotional activities that selected is advertising, sales promotion, personal selling, and publicity. An advertising is used banner on exhibition, sales promotion with gives discount for konsumen if make a more purchases, personal selling with marketing personnel to market the product of company that face to face with konsumen and serving ordering batik uniforms both government and private agencies, and publicity with follow an exhibition which held at Tulungagung or out of town to more introduce the product for konsumen. (3) strategy of selection and development of brand CV. Saha Perkasa Gajah Mada by maintaining a branded in order to always be in the minds of the people and trying to maintain a quality of product with how to select raw materials that quality in order to konsumen felt satisfied with the result of product and konsumen sustainable purchases to keep the company sales was increasing.

Keywords: Business Location, Promotion, Brand, and Sales Volume.