STRATEGI PROMOSI DAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA INDUSTRI TAHU TIGA "S"PRIMA DI KOTA BATU

OLEH

Donatia Trisnawati Haina[(1)]Dr.Elly Lestari([2)]Moh.Askyanto[(3)]

Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi

Email: donatiatrisnawati@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dan distribusi dalam meningkatkan penjualan pada Industri Tahu Tiga S Prima di Kota Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha, karyawan bagian pemasaran dan distribusi, serta konsumen tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan meliputi promosi dari mulut ke mulut, penggunaan media radio, partisipasi dalam kegiatan atau event, serta pemberian produk gratis untuk menarik minat konsumen. Selain itu, kualitas produk menjadi faktor utama dalam mendukung keberhasilan promosi. Sementara itu, strategi distribusi dilakukan melalui penjualan langsung, pembukaan agen di pasar, serta kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperluas jangkauan pasar.Kombinasi strategi promosi dan distribusi yang dilakukan secara efektif terbukti mampu meningkatkan penjualan, memperluas pasar, serta menjaga loyalitas pelanggan. Namun demikian, masih terdapat kendala seperti keterbatasan promosi digital dan jangkauan distribusi yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan inovasi strategi pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: strategi promosi, distribusi, peningkatan penjualan, UKM, industri tahu

PROMOTION AND DISTRIBUTION STRATEGIES TO INCREASE SALES IN THE PRIMA THREE "S" TOFU INDUSTRY IN BATU CITY

BY

Donatia Trisnawati Haina[(1)]Dr.Elly Lestari([2)]Moh.Askyanto[(3)]

Faculty of Economics,Tribhuwana Tunggadewi university

Email: donatiatrisnawati@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze promotion and distribution strategies in increasing sales at the Tiga S Prima Tofu Industry in Batu City. This research uses a qualitative approach with a descriptive method, where data are collected through interviews, observations, and documentation. The informants consist of the business owner, marketing and distribution staff, and regular customers. The results show that the promotion strategies include word-of-mouth marketing, the use of radio media, participation in events, and free product distribution to attract consumers. In addition, product quality plays a crucial role in supporting promotional success. Meanwhile, distribution strategies are carried out through direct selling, establishing agents in markets, and collaborating with various parties to expand market reach. The combination of effective promotion and distribution strategies has proven to increase sales, expand market coverage, and maintain customer loyalty. However, there are still obstacles such as limited digital promotion and suboptimal distribution reach. Therefore, more innovative and adaptive marketing strategies are needed in line with technological developments and consumer demands.

Keywords: promotion strategy, distribution, sales increase, SMEs, tofu industry