

ABSTRAK

NINDI RAHMAH PANGESTIKA NIM 2018116244. Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Volume Penjualan Indomie Candu. Dibawah bimbingan Ani Siska, MY, SH, MSM, MM.

Indomie Candu merupakan suatu usaha bisnis berbasis online dengan system penjualan melalui aplikasi Gojek pada pilihan Gofood, yang memiliki produk berbahan dasar Indomie yang diberikan bumbu pedas yang dinamakan sambel candu. Jumlah pendapatan yang dialami oleh Indomie Candu selama periode Januari – Desember atau 1 tahun terakhir ini, mengalami kenaikan dan penurunan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penetapan harga jual agar memperoleh keputusan harga yang tepat yang akan memberikan dampak positif bagi penjualan, pertahanan dan keuntungan, serta citra perusahaan dan ntuk mengetahui apakah penempatan perusahaan sudah pada posisiyang diinginkan dalam pasar serta tanpa melupakan arti penting dari bauran pemasaran lainnya. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menggambarkan keadaan data secara umum mengenai strategi penetapan harga pada harga jual Indomie Candu. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dengan konsumen Indomie Candu, diperoleh pengalaman yang dirasakan oleh konsumen mengenai kualitas produk, pengiriman, promosi, kelayakan harga, harga pesaing, potongan harga serta kritik dan saran. Saran yang diajukan peneliti adalah strategi penetapan harus didukung oleh suatu team ahli, supaya hasilnya akan menjadi lebih baik terutamadi dalam perencanaan keuntungan optimal yang akan dicapai oleh Indomie Candu, memperbaharui kemasn produk dengan kemasn yang *Eco Friendly* dan promosi yang dilakukan harus lebih efektif dan gencar mengingat saingan yang agresif sehingga produk dapat mempunyai barand omage yang kuat pada masyarakat.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Potongan Harga, Struktur Pasar, Strategi Penetapan Harga, Volume Penjualan.

ABSTRACT

NINDI RAHMAH PANGESTIKA NIM 2018116244. Analysis of Indomie Candu Pricing Strategy and Sales Volume. Under the guidance of Ani Siska, MY, SH, MSM, MM.

Indomie Candu is an online-based business venture with a sales system through the Gojek application for Gofood options, which has Indomie-based products that are given a spicy seasoning called Sambel Opium. The amount of income experienced by Indomie Candu during the period January - December or the last 1 year has increased and decreased. The purpose of this study is to analyze the selling price setting in order to obtain the right price decision which will have a positive impact on sales, defense and profits, as well as the company's image and to find out whether the company's placement is in the desired position in the market and without forgetting the importance of the marketing mix. other. This study uses a qualitative descriptive method which describes the general state of the data regarding the pricing strategy at

the selling price of Indomie Candu. Based on the results of interviews and observations conducted with Indomie Candu consumers, the experiences felt by consumers regarding product quality, delivery, promotions, price eligibility, price competitors, price discounts and criticism and suggestions were obtained. The suggestion put forward by the researcher is that the determination of the strategy must be supported by a team of experts, so that the results will be better, especially in planning optimal profits to be achieved by Indomie Candu, updating product packaging with Eco Friendly packaging and promotions carried out must be more effective and intensive considering aggressive competition so that products can have strong goods and omage in society.

Keywords: Marketing Mix, Market Structure, Price Discounts, Pricing Strategy, Sales Volume.