

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Telur Asin Anza Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar” ini ditulis oleh Alvi Rizkia Rindani, NIM. 12405173003, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, pembimbing Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berdasarkan Usaha telur asin anza yang terus berkembang hingga saat ini tentunya memiliki strategi tersendiri dalam menjalankannya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh usaha telur asin anza yaitu strategi promosi untuk memperkenalkan dan mempengaruhi konsumen supaya tertarik dan kemudian membeli produknya sehingga volume penjualannya meningkat.

Rumusan masalah pada penelitian ini 1) Bagaimana Strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha telur asin anza Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar ?2) Apa kendala dan solusi dalam promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada usaha telur asin anza Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian study kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari pemilik usaha telur asin anza, karyawan, dan konsumen dari usaha telur asin anza. Ada tiga metode dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini: 1) startegi promosi yang dilakukan oleh usaha telur asin Anza dalam meningkatkan volume penjualan adalah: a) penjualan perseorangan, di awal memulai usaha pemilik melakukan penawaran kepada konsumen, b) promosi penjualan dengan pameran dan sampel produk, c) periklanan dengan media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApps) dan media outdoor (baju kaos dan banner). 2) Kendala yang dialami usaha telur asin anza: a) kendala internal: sulit untuk meyakinkan konsumen, Kurang efektif dalam melakukan promosi dan media yang digunakan terbatas, Kurang menarik dalam melakukan posting produk. Kendala Eksternal: Adanya banyak pesaing, Harga telur yang mengalami naik dan turun. b) Solusi: Solusi kendala internal: Jujur dalam menyampaikan tentang produk, merekomendasikan konsumen untuk datang langsung ke tempat usaha, membuat akun khusus, merekrut karyawan untuk promosi dan pembelian secara online. Solusi kendala eksternal: mempertahankan kualitas telur asin, membangun hubungan baik dengan konsumen, dan pelayanan yang baik menambahkan penjelasan dan memperbaiki kualitas gambar, pengusaha tidak menaikkan harga jual melainkan mengurangi sedikit laba yang diperoleh pengusaha menaikkan harga apabila kondisinya benar - benar terdesak dan tidak ada solusi lain selain menaikkan harga jual telur asinnya.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Volume Penjualan**

## ABSTRACT

Thesis with the title “Promotion Strategy to Increase Sales Volume at Anza Salted Egg Business, Bacem Village, Ponggok District, Blitar Regency” was written by Alvi Rizkia Rindani, NIM. 12405173003, Departemen of ShariaBusiness Management, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung, Advisor Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag.

This research is based on the Anza salted egg business, which continues to grow until now, of course, it has its own strategy in running it. One of the strategies carried out by the Anza Salted Egg business is a promotion strategy to introduce and influence consumers to be interested and then buy the product so that the sales volume increases.

The formulation problem this study: 1) How is the promotion strategy carried out in increasing sales volume at the salted egg business in Bacem Village, Ponggok District, Blitar Regency? 2) What are the obstacles and solutions in promotion to increase sales volume in the salted egg business in Bacem Village, Ponggok District, Blitar Regency?

This study uses a qualitative approach and the type of case study research. Data collection techniques done by interview, observation and documentation. The data is sourced from the anza salted egg business owner, employees, and consumers of the anza salted egg business. There are three methods in data analysis, data reduction, data display, and verification.

The results of this study: 1) promotional strategies carried out by Anza salted egg business in increasing sales volume are: a) personal selling, at the beginning of starting the business the owner makes offers to consumers, b) sales promotion with exhibitions and product sample, c) advertising by social media (Facebook, Instagram, whatssapps) and outdoor media (t-shirts and banner). 2) Constraints experienced by anza salted egg business: a) internal constraints: difficult to convince consumers, less effective in promotion and limited media used, less attractive in posting products. External Constraints: There are many competitors, the price of eggs is experiencing ups and downs. . b) Solutions: Solutions to internal constraints: Honest in conveying about products, recommending consumers to come directly to the place of business, creating special accounts, recruiting employees for promotions and online purchases. Solutions to external constraints: maintaining the quality of salted eggs, building good relationships with consumers, and good service adding explanations and improving image quality, entrepreneurs do not increase the selling price but reduce the profit earned by entrepreneurs raising prices if the conditions are really urgent and there is no solution other than increasing the selling price of salted eggs.

**Keywords: Promotion Strategy, Sales Volume**