

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Toko Bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan Tulungagung” ini ditulis oleh Erra Fitri Luknawati, NIM 12405173023, 2021. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya persaingan toko bangunan yang ada di Indonesia, hal ini mendorong toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan untuk meningkatkan omzet penjualan. Yaitu dengan menerapkan strategi bauran promosi yang terdiri dari 5 variabel: Periklanan, Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung dalam meningkatkan omzet penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Bagaimana perencanaan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan. 2) Bagaimana penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan. 3) Bagaimana pengawasan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan. 4) Apa dampak dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan. 5) Apa kendala dan solusi dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Usaha Dagang Tiga Roda Rejotangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut adalah bahwa Toko Bangunan UD Tiga Roda 1) Telah melakukan perencanaan strategi promosi dengan dengan melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara ke konsumen. 2) Telah menerapkan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan. Diantaranya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. 3) Telah melakukan pengawasan dari bauran promosi dengan melakukan evaluasi setiap minggu sekali 4) Dampak positifnya yaitu masyarakat banyak yang merespon yang mengakibatkan peningkatan omzet penjualan. Sedangkan dampak negatifnya yaitu kurang pengolahan waktu, kurangnya komunikasi secara online dengan konsumen tetap dan kurangnya kendaraan dalam proses pengiriman barang. 5) Kendala internal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu kurangnya profesional SDM, solusinya yaitu lebih diberi pengetahuan tentang produk bangunan. Sedangkan kendala eksternalnya yaitu sulitnya menempuh wilayah yang ranahnya sudah sampai ke medan yang sulit solusinya melakukan promosi masih ke ranah yang mudah dijangkau oleh kendaraan yang digunakan untuk mengirim terlebih dulu.

Kata Kunci: Meningkatkan Omzet Penjualan, Strategi Buran Promosi, Toko Bangunan.

ABSTRACT

Thesis with the title "Promotional Mix Strategy to Increase Sales Turnover at the Rejotangan Tulungagung Three Wheel Trading Business Building Store" was written by Erra Fitri Luknawati, NIM 12405173023, 2021. Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

This research is motivated by the increasing number of competition in building shops in Indonesia, this encourages the building shops of the Tiga Roda Rejotangan Trading Business to increase sales turnover. That is by implementing a promotional mix strategy which consists of 5 variables: Advertising, Personal Sales, Sales Promotion, Public Relations, Direct Marketing in increasing sales turnover.

This study aims to determine 1) How to plan the promotion mix strategy in increasing sales turnover at the Tiga Roda Rejotangan Trading Business building store. 2) How is the implementation of the promotion mix strategy in increasing sales turnover at the Three Roda Rejotangan Trading Business building store. 3) How is the supervision of the promotion mix strategy in increasing sales turnover at the Tiga Roda Rejotangan Trading Business building store. 4) What is the impact of implementing the promotional mix strategy in increasing sales turnover at the Tiga Roda Rejotangan Trading Business building store. 5) What are the obstacles and solutions to implementing the promotion mix strategy in increasing sales turnover at the Tiga Roda Rejotangan Trading Business building store.

This research uses qualitative method with descriptive research type. Sources of data used in this study are primary data and secondary data. This data was obtained from observation, interviews and documentation.

The results of this study are that the UD Tiga Roda Building Shop 1) has carried out promotional strategy planning by conducting field surveys and conducting interviews with consumers. 2) Has implemented a promotional mix strategy in increasing sales turnover. These include advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. 3) Supervised the promotion mix by conducting an evaluation once a week 4) The positive impact is that many people have responded which resulted in an increase in sales turnover. While the negative impacts are less processing time, lack of online communication with regular consumers and lack of vehicles in the process of delivering goods. 5) Internal constraints from the implementation of the promotion mix strategy in increasing sales turnover, namely the lack of professional HR, the solution is to be given more knowledge about building products. Meanwhile, the external constraint is the difficulty of traveling to areas whose domains have reached a difficult terrain, the solution for promoting is still in areas that are easily accessible by the vehicle used to send it first.

Keywords: Increas Sales Turnover, Promotion Mix Strategy, Building Store.