

## ABSTRAK

Skripsi Dengan Judul “Penerapan Komunikasi Bisnis dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Kedai Kosim di Kota Tulungagung” yang ditulis oleh Ina Lutfiany, NIM.12405173130. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis *coffee shop* di daerah Tulungagung dimana masing-masing perusahaan memberikan pelayanan yang kompetitif dan berbagai promosi yang menarik. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimanakah penerapan komunikasi bisnis verbal dan nonverbal dalam upaya meningkatkan volume penjualan Kedai Kosim dalam menghadapi kecepatan teknologi informasi dan juga persaingan dari industri sejenisnya.

Fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan komunikasi bisnis verbal dan nonverbal dalam upaya peningkatan volume penjualan Kedai Kosim? Serta kendala apa yang dihadapi oleh Kedai Kosim dalam menyampaikan komunikasi bisnisnya?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah dengan mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan sesuai dengan fokus penelitian yang ada.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan komunikasi bisnis dalam upaya peningkatan volume penjualan Kedai Kosim, yaitu menggunakan bentuk komunikasi verbal, seperti komunikasi langsung melalui penjualan, periklanan melalui media instagram, bermitra dengan *GrabFood Merchant*, dan membentuk sistem kemitraan. Sedangkan komunikasi bisnis dalam bentuk nonverbal, seperti pelayanan menggunakan bahasa tubuh (*body language*) dan memiliki konsep kafe yang nyaman. Kendala yang dihadapi oleh Kedai Kosim dalam menyampaikan komunikasi bisnisnya yaitu kurangnya *feedback* dari konsumen dan juga perbedaan karakter setiap konsumen yang datang ke Kedai Kosim.

**Kata Kunci: Komunikasi bisnis, Komunikasi Verbal dan Nonverbal, Meningkatkan Volume Penjualan**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title “Application of Business Communication in an Effort to Increase Sales Volume of Kedai Kosim in Tulungagung City” written by Ina Lutfiany, NIM.12405173130. Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, Supervisor Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the competition of the coffee shop business in the Tulungagung area where each company provides competitive services and various attractive promotions. From this research, it can be seen how the application of verbal and nonverbal business communication in an effort to increase the sales volume of Kedai Kosim in the face of the speed of information technology and also competition from similar industries.*

*The focus of discussion in this study is how to implement verbal and nonverbal business communication in an effort to increase the sales volume of Kedai Kosim? And what obstacles does Kedai Kosim face in delivering its business communication?*

*This research uses qualitative methods with the type of case study research. The data sources used in this study are primary data and secondary data. These data are obtained from observations, interviews and documentation. The data analysis technique that researchers use is to reduce data, present data, then draw conclusions according to the existing research focus.*

*The results of this study show that the application of business communication in an effort to increase the sales volume of Kedai Kosim, namely using forms of verbal communication, such as direct communication through sales, advertising through Instagram media, partnering with GrabFood Merchants, and forming a partnership system. Meanwhile, business communication is in a nonverbal form, such as services using body language and having a comfortable cafe concept. The obstacles faced by Kedai Kosim in delivering its business communication are the lack of feedback from consumers and also the difference in the character of each consumer who comes to Kedai Kosim.*

***Keywords: Business Communication, Verbal and Nonverbal Communication, Increase Sales Volume***