ABSTRAK

Skripsi dengan judul "*Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Kasus: Toko Bangunan Central Keramik Di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar)*" ini ditulis oleh Vonny Priambudi, NIM 12405193153, 2023. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing: Dr. Nur Aziz Muslim M.H.I.

Kata Kunci: *Omzet Penjualan, Strategi Bauran Promosi, Toko Bangunan.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya persaingan toko bangunan yang ada di Indonesia, hal ini mendorong toko bangunan Central Keramik Ponggok 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 perencanaan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Central Keramik Ponggok; penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Central Keramik Ponggok; dampak penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Central Keramik Ponggok; kendala dan solusi dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan Central Keramik Ponggok.

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 Central Keramik telah melakukan perencanaan strategi promosi dengan dengan melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara ke konsumen; telah menerapkan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan. Diantaranya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung; 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 pengirman barang; kendala internal dari penerapan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu kurangnya professional 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.

ABSTRACT

Thesis entitled "Promotional Mix Strategy in Increasing Sales Turnover (Case Study: Central Ceramic Building Store in Ponggok District, Blitar Regency)" was written by Vonny Priambudi, NIM 12405193153, 2023. Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, University Country of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor: Dr. Nur Aziz Muslim M.H.I.

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

The background of this research is the increasing competition for building shops in Indonesia, this encourages the Central Keramik Ponggok building shop to increase sales turnover. Namely by implementing a promotional mix strategy consisting of 5 variables: Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relations, Direct Marketing in increasing sales turnover.

This study aims to determine the strategic planning of the promotion mix in increasing sales turnover at the Central Keramik Ponggok building store; application of the promotional mix strategy in increasing sales turnover at the Central Keramik Ponggok building store; the impact of implementing the promotional mix strategy in increasing sales turnover at the Central Keramik Ponggok building store; constraints and solutions from implementing the promotion mix strategy in increasing sales turnover at the Central Keramik Ponggok building store.

This study uses a qualitative method with a 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 Central Keramik Building Store has planned a promotional strategy by conducting field surveys and conducting interviews with consumers; has implemented a promotional mix strategy in increasing sales turnover. Among them, advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing; the positive impact is that many people respond which results in an increase in sales turnover. While the negative impacts are less time processing, lack of online communication with regular consumers and lack of vehicles in the process of delivering goods; internal constraints from implementing 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. While the external obstacle is that it is difficult to travel to areas whose domains have reached difficult terrain, the solution is to carry out promotions still in areas that are easy to reach by the vehicles used to send them first.