

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DI MASA PANDEMI *COVID-19*
PADA SRC CAHAYA SUWUK**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



Disusun Oleh :

Nurul Ngaini

17.21093

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN**

2021

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19
PADA SRC CAHAYA SUWUK**

Oleh

NURUL NGAINI

17.21093

Telah di munaqosahkan di depan Sidang Penguji pada Tanggal 31 - 08 - 2021
dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Ekonomi Syari'ah

Pembimbing I

Fikria Najitama, S.H.I., M.S.I

NIDN 2107078201

Pembimbing II

Niken Lestari, M.E.

NIDN 2125049102

Penguji I

Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.

NIDN 2105038102

Penguji II

Umi Arifah, S.Pd.I., M.M.

NIDN 2114088703

Ketua Sidang

Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.

NIDN 2105038102

Sekretaris

Nur Imam Hakim Al Faqih, M.E.K.

NIDN 2108028901

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Mukhsinun, S.H.I., M.E.I.

NIDN 2105038102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURUL NGAINI

NIM : 17.21093

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA SRC CAHAYA SUWUK**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar-benar hasil penelitian/ pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 17 Agustus 2021



(_____)

Nama terang dan tanda tangan

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹” (Q.S. An-Nisa:

29)

¹ Q.S. An-Nisa Ayat 29

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunannya, terutama kedua orangtua yang sangat saya cintai Ibu Wasinah dan Bapak Riso, dan seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan dan do'a sehingga skripsi dapat terselesaikan. Kemudian untuk kakak saya Iwanudin dan adik saya Alvina Tamami yang selalu memberikan dukungan dan juga do'a. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk calon suamiku Agus Setyawan yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan perhatian dalam proses penyusunannya, serta segenap keluarga besar FEBI dan Almamater

IAINU Kebumen.

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI MASA PANDEMI *COVID-19* PADA SRC CAHAYA SUWUK

Oleh: Nurul Ngaini

SRC Cahaya Suwuk adalah toko kelontong masa kini yang bergerak di bawah bimbingan program Sampoerna, dengan tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan setiap konsumen atau pelanggan dan masyarakat sekitar mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan produk digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk dan Bagaimana Dampak Strategi Promosi Strategi Promosi yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk di Masa Pandemi *Covid-19*.

Penelitian ini menggunakan teori menurut Bruce J. Walker yang ditulis oleh Danang Sunyoto dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran, yang berisi tentang membagi lima metode promosi antara lain adalah *Advertising* (periklanan), *Personal Selling* (penjualan tatap muka), *Sales Promotion* (promosi penjualan), *Publicity* (publisitas) dan *Public Relation* (hubungan masyarakat). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan Metode deskriptif ini dapat diartikan sebagai penelitian yang dipergunakan untuk menggambarkan berbagai gejala dan fakta yang terdapat dalam kehidupan sosial secara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian strategi promosi yang dilakukan SRC Cahaya Suwuk yaitu menggunakan empat metode promosi diantaranya *Advertising* (periklanan), *Personal Selling* (penjualan tatap muka), *Sales Promotion* (promosi penjualan) dan *Publicity* (publisitas). Sedangkan dampak strategi promosi di masa pandemi *Covid-19* yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk yaitu meningkatnya volume penjualan.

Kesimpulan penelitian ini mengenai strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi *Covid-19* pada SRC Cahaya Suwuk adalah tetap sama seperti sebelum adanya *Covid-19*, namun setelah adanya pandemi SRC Cahaya Suwuk menerapkan sistem DO (*Delivery Order*). Dari strategi yang digunakan memberikan dampak baik terhadap peningkatan volume penjualan.

Kata kunci: Strategi Promosi, Volume Penjualan, SRC Cahaya Suwuk

ABSTRACT

PROMOTIONAL STRATEGIES TO INCREASE SALES VOLUME DURING THE COVID-19 PANDEMIC AT SRC CAHAYA SUWUK

By: Nurul Ngaini

SRC Cahaya Suwuk is a modern grocery store that operates under the guidance of the Samporna program, with the aim of being able to meet the needs of every consumer or customer and the surrounding community, from basic needs to digital product needs. This study aims to find out how the Promotion Strategy carried out by SRC Cahaya Suwuk and How the Impact of the Promotion Strategy Promotion Strategy carried out by SRC Cahaya Suwuk in the Covid-19 Pandemic Period.

This study uses the theory according to Bruce J. Walker written by Danang Sunyoto in his book entitled Marketing Strategy, which contains five methods of promotion, namely Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity and Public Relations. This study uses a qualitative approach. This study also uses a descriptive method, which can be interpreted as research that is used to describe various symptoms and facts contained in social life in depth.

Based on the results of the promotional strategy research conducted by SRC Cahaya Suwuk, namely using four promotional methods including Advertising, Personal Selling, Sales Promotion and Publicity. Meanwhile, the impact of the promotional strategy during the Covid-19 pandemic carried out by SRC Cahaya Suwuk was an increase in sales volume.

The conclusion of this study regarding the promotion strategy in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic at SRC Cahaya Suwuk is the same as before the Covid-19, but after the pandemic SRC Cahaya Suwuk applies a DO (Delivery Order) system. The strategy used has a good impact on increasing sales volume.

Key word: Promotion Strategy, Sales Volume, SRC Cahaya Suwuk

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji Allah SWT, kita memujinya dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk-Nya sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Pada SRC Cahaya Suwuk”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Ekonomi jurusan Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Nahdlotul Ulama Kebumen.

Dalam menyusun skripsi ini banyak hambatan dan rintangan namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bantuan dari pembimbing dan berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Fikria Najitama, S.H.I., M.S.I., selaku Rektor IAINU Kebumen sekaligus sebagai pembimbing I yang selalu memberi semangat dan peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Faisal, S.Ag., M.Ag., selaku Wakil Rektor II (Bidang Akademik dan Kemahasiswaan)
3. Mukhsinun, S.H.I., M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.
4. H. Munir Achyar, M.Si. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah yang selalu memberi semangat sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.

5. Niken Lestari, M.E. selaku pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan bimbingannya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Staf Perpustakaan dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.
7. Owner dan Konsumen SRC Cahaya Suwuk yang telah membantu kelancaran penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan.

Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Kebumen, 17 Agustus 2021

(Nurul Ngaini)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT

HALAMAN SAMBUT	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Penegasan Istilah	5
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	10

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Promosi	18
3. Penjualan	26
B. Hasil Penelitian Terdahulu	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	32
B. Desain Penelitian	33
C. Subjek Penelitian	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum SRC Cahaya Suwuk	39
B. Strategi Promosi yang Dilakukan SRC Cahaya Suwuk	41
C. Dampak Strategi Promosi yang dilakukan SRC Cahaya Suwuk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
C. Kata Penutup	66

DAFTAR PUSTAKA67

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data omset penjualan SRC Cahaya Suwuk bulan Agustus - Desember 2020	4
Tabel 2. Data omset penjualan SRC Cahaya Suwuk bulan Agustus - Desember 2020	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun <i>Facebook</i> owner	43
Gambar 2. Iklan yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk di <i>Facebook</i>	45
Gambar 3. Kartu member SRC Cahaya Suwuk	52
Gambar 4. Sistem DO (<i>Delivery Order</i>) yang dilakukan SRC Cahaya Suwuk.....	61

