

## ABSTRAK

### **Faisal Akmal. 2024. Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Salirahijab Ciamis : Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi**

Toko Salirahijab Ciamis merupakan usaha yang bergerak dibidang perdagangan jilbab dan *fashion* muslim yang berdiri sejak tahun 2021, dalam perkembangannya mengalami penurunan volume penjualan, hal ini disebabkan karena penggunaan promosi masih kurang efektif. Oleh karena itu, penelitian dilakukan dengan dua tujuan utama. Pertama, untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan di toko Salirahijab Ciamis. Kedua, untuk mengetahui volume penjualan pada toko Salirahijab Ciamis.

Dalam Penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan Salirahijab Ciamis. Sementara data sekunder diperoleh dari dokumen data penjualan, sosial media dan pembeli. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya meningkatkan volume penjualan, Toko Salirahijab Ciamis menerapkan berbagai strategi promosi, termasuk *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, dan *personal selling*. Dari keempat strategi tersebut, terbukti bahwa *sales promotion* menjadi yang paling tepat dalam meningkatkan volume penjualan Toko Salirahijab Ciamis, dengan penjualan mencapai 15-20 produk selama kegiatan promosi berlangsung. Selain itu, data juga menunjukkan bahwa volume penjualan di Salirahijab Ciamis pada tahun 2023 mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Meskipun tahun 2021 mencatatkan penjualan tertinggi karena kehadiran toko baru di Kawali yang minim pesaing, namun terjadi penurunan pada tahun 2022 akibat kekurangan SDM di bagian promosi. Namun, dengan penambahan karyawan marketing pada akhir tahun 2022, penjualan tahun 2023 berhasil meningkat. Meski tidak mencapai jumlah penjualan pada tahun 2021, peningkatan signifikan terjadi terutama setiap bulan setelah dilakukan perbaikan dalam strategi promosi.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Toko Salirahijab Ciamis, Volume Penjualan.**

## **ABSTRACT**

***Faisal Akmal. 2024. Analysis of Promotion Strategies in Increasing Sales Volume at Salirahijab Ciamis Store : Sharia Economics Study Program, Faculty Of Islam, Siliwangi University.***

*Salirahijab Ciamis shop is a business engaged in trading jilbab and Muslim fashion which was founded in 2021, in its development it has experienced a decrease in sales volume, this is because the use of promotion is still not effective. Therefore, research was conducted with two main objectives. First, to find out how the right promotion strategy is in increasing sales volume at the Salirahijab Ciamis shop. Second, to determine the sales volume at the Salirahijab Ciamis shop.*

*In this study, the method used is a descriptive method with a qualitative approach. Primary data sources in this study were obtained from interviews with the owner and employees of Salirahijab Ciamis. While secondary data is obtained from sales data documents, social media and buyers. Data collection techniques in this study were carried out by interview, observation and documentation. Data analysis through the stages of data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.*

*The results showed that in an effort to increase sales volume, Salirahijab Ciamis Store implemented various promotional strategies, including advertising, sales promotion, publicity, and personal selling. Of the four strategies, it was proven that sales promotion was the most appropriate in increasing the sales volume of Salirahijab Ciamis, with sales reaching 15-20 products during promotional activities. In addition, the data also shows that the sales volume at Salirahijab Ciamis in 2023 has increased compared to the previous year. Although 2021 recorded the highest sales due to the presence of a new store in Kawali with minimal competitors, there was a decline in 2022 due to lack of human resources in the promotion department. However, with the addition of marketing employees at the end of 2022, sales in 2023 managed to increase. Although it did not reach the amount of sales in 2021, a significant increase occurred especially every month after improvements were made in the promotion strategy.*

***Keywords: Promotion Strategy, Salirahijab Ciamis Store, Sales Volume.***