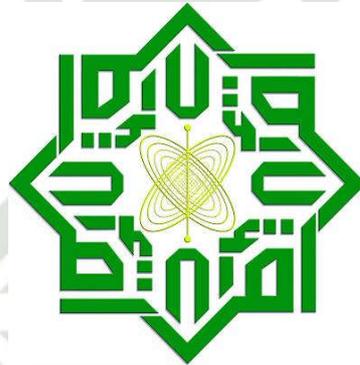


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TUGAS AKHIR

“STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BUTIK KARTIKHA *SPECIAL BIG SIZE* PEKANBARU”

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.MD) Pada Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

ROBBY SYAFTIAN HERMANSYAH

01870213948

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PERUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

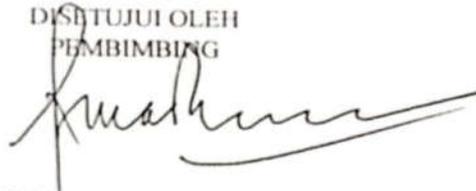
Hak Cipta Ummatungru Uruang-Uruang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

Nama : Robby Syaftian Hermansyah
NIM : 01870213948
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan
Judul Tugas Akhir : **Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Butik Kartikha Special *Big Size* Pekanbaru**

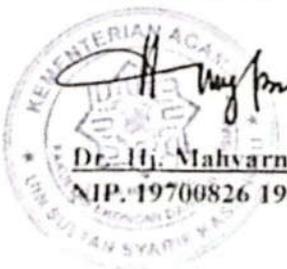
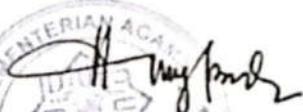
DISETUJUI OLEH
PEMBIMBING



Riki Hanri Malau, SE., MM
NIP. 19710124 200701 1 020

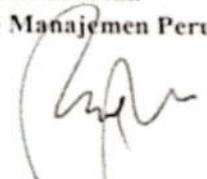
MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial



Dr. Hj. Mahvarni, S.E., M.M
NIP. 19700826 199903 2 001

Ketua Jurusan
D3 Manajemen Perusahaan



Qomariah Lahamid, SE., M.Si
NIP. 19750704 200710 2 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN
TUGAS AKHIR

NAMA : ROBBY SYAFTIAN HERMANSYAH
NIM : 01870213948
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : DIH MANAJEMEN PERUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BUTIK
KARTIKHA *SPECIAL BIG SIZE* PEKANBARU
HARI/TGL UJIAN : JUMAT, 23 JULI 2021

Panitia Penguji

Ketua



Faiza Muklis, SE, M.Si, AK
NIP. 19741108 200003 2 004

Anggota

Penguji I



Henni Indravani, SE, MM
NIP. 19700802 199803 2 003

Penguji II



Meri Sandora, SE, MM
NIP. 19790505 200710 2 001

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan karya ini sepenuhnya kepada :

Ayah dan Ibu, dua orang penting dalam kehidupanku. yang selalu memberikan doa hingga aku mampu menggapai segala cita, nasehat yang terbaik untuk ku, kasih sayang serta dukungan yang baik. Berkat doa mereka yang membuat hidupku mengalir begitu mudah dan kebahagiaan berkat pengorbanan kedua orang tuaku.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MOTTO

“Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BUTIK KARTIKHA *SPECIAL BIG SIZE***

PEKANBARU

Oleh :

ROBBY SYAFTIAN HERMANSYAH

NIM : 01870213948

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan Butik Kartikha Special Big Size Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yaitu sejarah, visi dan misi, struktur perusahaan, dengan analisis data menggunakan metode deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi bauran promosi pada Butik Kartikha sudah baik dan sesuai dengan standar prosedur perusahaan meskipun dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala.

Kata Kunci : Bauran Promosi dan Volume Penjualan.

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Ucapan rasa syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu senantiasa dalam lindungan-Nya, tiada henti bermunajat dan berdoa untuk meminta kepada-Nya, Allah maha pengasih lagi maha penyayang kepada hambanya, sholawat serta salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, semoga syafa'at beliau selalu menyertai di dunia dan di akhirat, Aamiin.

Pada kesempatan kali ini, penulis menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Butik Kartikha Special Big Size Pekanbaru”**. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya (Amd) pada program studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis banyak mendapat bimbingan, motivasi, bantuan, serta dukungan moral dari beberapa pihak sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu, Syafril (ayah) dan Ernamita (ibu) yang telah membesarkan, menyalurkan, mendidik, mendoakan, memotivasi dan membimbing untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Serta tak lupa salam hangat untuk saudara sekandung, adek tercinta. Riska Syafmita Putri dan Rendi Syafril.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan bapak ibu pembantu Dekan.
4. Ibu Hj. Qomariah Lahamid, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Abdiana Ilosa, S.Ap., MPA Selaku Sekretaris Jurusan D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Riki Hanri Malau, SE., MM. selaku pembimbing penulisan laporan ini yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi yang sangat berharga bagi penulis. Sehingga penulisan ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Kepada pihak Toko Butik Kartikha Pekanbaru yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada teman-teman mahasiswa ganteng seperjuangan yang telah memberikan motivasi dan semangat yang sangat berguna bagi penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mulai dari masuk ke bangku perkuliahan sampai penulis berhasil menamatkan pendidikan di bangku perkuliahan jurusan D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Teruntuk diri sendiri, terima kasih sudah berjuang sejauh ini.

Tiada makhluk yang sempurna di dunia ini termasuk peneliti yang pastinya tak luput dari salah dan khilaf. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun demi sebuah kesempurnaan sangat peneliti harapkan dari para pembaca. Harapan peneliti semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dalam pengetahuan, perkembangan keilmuan dan aplikasinya pada masyarakat.

Pekanbaru, 2021

Penulis

ROBBY SYAFTIAN HERMANSYAH

NIM. 01870213948

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II GAMBAR UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	12
2.2 Faktor Pendukung Berdirinya Butik Kartikha	12
2.3 Visi dan Misi	14
2.3.1 Visi	14
2.3.2 Misi	15
2.3.3 Struktur Kepemilikan Butik Kartikha	15
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK.....	20
3. Tinjauan Teori	20
3.1.1 Pengetian Pemasaran.....	20
3.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
3.1.3 Pengertian Strategi	24
3.1.4 Pengertian Promosi	25
3.1.5 Tujuan Promosi.....	26

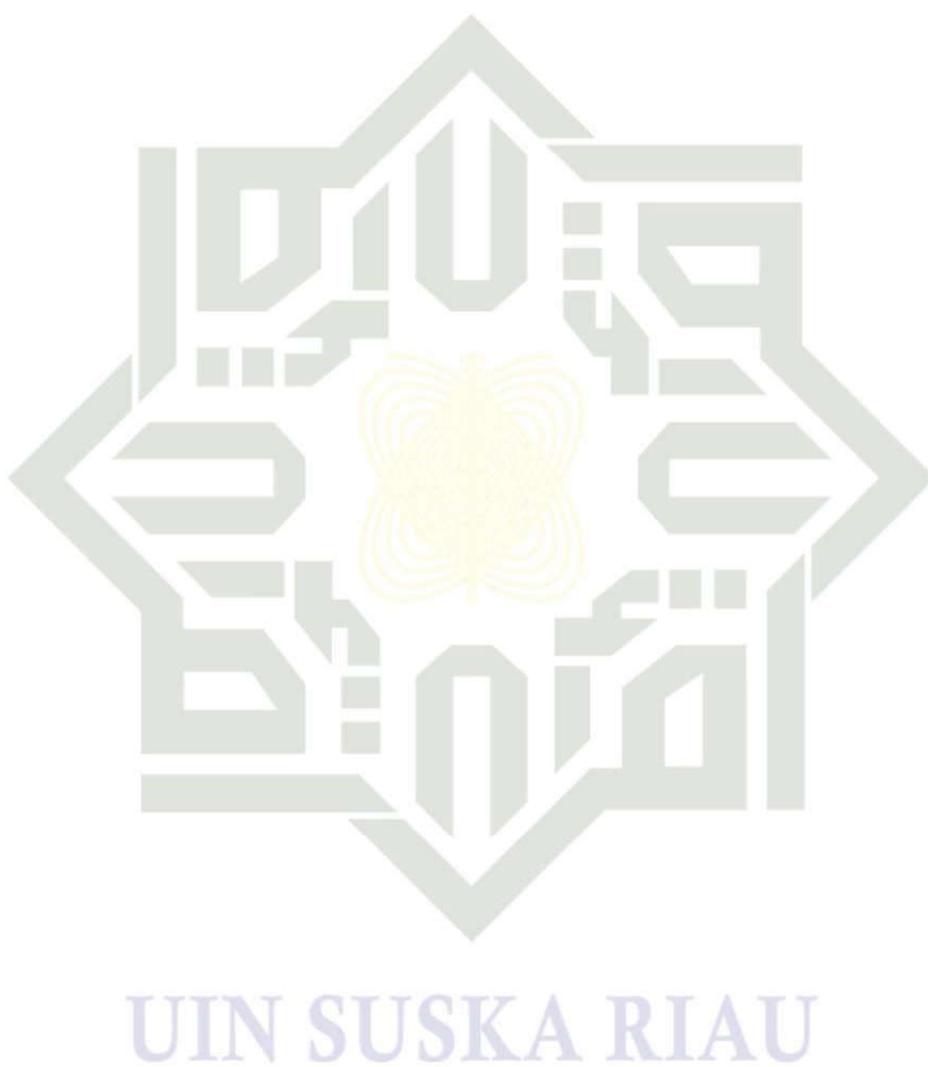
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.6	Fungsi Promosi.....	27
3.1.7	Strategi Promosi.....	29
3.1.8	Bauran Promosi.....	31
3.1.8.1	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	31
3.1.8.2	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	33
3.1.8.3	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation and Publicity</i>)	35
3.1.8.4	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	36
3.1.8.5	Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	38
3.1.8.6	Promosi Media Sosial	39
3.1.9	Pengertian Penjualan.....	39
3.1.10	Volume Penjualan.....	41
3.2	Tinjauan Praktek	41
3.2.1	Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan.....	41
3.2.2	Hambatan dalam Strategi Bauran Promosi	49
3.2.3	Upaya yang Dihadapi Butik Kartikha Dalam Mengatasi Hambatan ...	51
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		53
4.1	Kesimpulan.....	53
4.	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR WAWANCARA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

1 Laporan Penjualan Butik Kartikha Periode 2016-2020	5
1 Daftar Harga Produk Butik Kartikha	22



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

1 Struktur Organisasi Butik Kartikha.....	15
---	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang berhubungan langsung dengan konsumen. Kesuksesan perusahaan banyak ditentukan oleh prestasi bidang pemasaran. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen, dan memuaskan konsumen dengan produk dan pelayanan yang berkualitas dan pada harga yang kompetitif.

Dalam kegiatan pemasaran produk baik barang maupun jasa, salah satu unsur yang harus diperhatikan adalah promosi. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan proses lanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Pemilihan strategi promosi yang tepat akan lebih mudah bagi perusahaan dalam kegiatan memasarkan produknya.

Menurut **Herman Malau (2017:103)** promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Menurut **Kootler dan Armstrong (2012:432)** bauran promosi adalah campuran spesifikasi dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan.

Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (*marketing mix*). Agar berhasil dalam kondisi saat ini, diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi seluruh keinginan konsumen, mengatasi ancaman pesaing, dan memperkuat keunggulan bersaing. Dalam hal ini penetapan harga pengembangan produk serta pendistribusian produk juga harus dipersiapkan.

Menurut **Buchari Alma (2014: 181)** berpendapat tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya suatu penjualan.

Untuk memahami fungsi pemasaran, Toko Butik Kartikha perlu memahami serangkaian konsep inti berikut ini:

- a. Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makanan, air, pakaian, dan tempat tinggal untuk bertempat tinggal. Orang juga memiliki kebutuhan yang kuat rekreasi, pendidikan, dan hiburan.
- b. Dari sebuah kebutuhan menjadi Keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.
- c. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.

Keberhasilan perusahaan mendapatkan konsumen ditentukan oleh hubungan baik yang di jalin dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta apabila perusahaan memberikan kepuasan kepada setiap konsumen dan keinginannya. Selain itu



informasi tentang produk yang dilakukan di dalam toko yaitu antara pramuniaga buku dan calon pembeli ataupun informasi yang dilakukan di luar toko yaitu melalui media cetak maupun elektronik.

Pada dasarnya tujuan mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memperkenalkan produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang promosi. Karna itu, untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Promosi sebagai salah satu unsur marketing mix merupakan sarana komunikasi persuasip, alat penyampaian pesan dari perusahaan kepada konsumen. Kegiatan promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk dan jasa serta penyampaian pesan yang baik mengenai perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli dan kembali lagi untuk membeli.

Promosi merupakan sebuah usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Perusahaan diharapkan mampu memberikan informasi mengenai manfaat yang dapat diperoleh dari barang atau jasa tersebut kepada konsumen. Dalam memberikan informasi kepada konsumen, perusahaan dapat menggunakan bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, pemasaran langsung, penjualan pribadi, dan promosi media sosial.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi juga merupakan suatu strategi pemasaran paling efektif untuk menghadapi persaingan sehingga tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimum dapat dicapai melalui peningkatan volume penjualan. Kegiatan promosi ini pun haruslah disesuaikan dengan keadaan perusahaan, dimana harus diperhatikan jumlah dana yang tersedia dengan tepat dan bermanfaat yang diperoleh dari promosi yang dijalankan perusahaan tersebut.

Penulis memilih Butik Kartikha Karena butik ini merupakan salah satu butik yang banyak pelanggannya. Selain itu, butik ini memiliki ukuran yang cukup luas dengan desain interior yang baik dengan warna lantai yang menarik. Keunikan inilah yang membuat butik ini berbeda dengan butik lainnya. Butik Kartikha merupakan butik yang sudah lama berdiri di Pekanbaru terletak di Jl. Sawai No.43 Sukajadi, Pekanbaru. Interior ruangan yang modern dengan ukuran yang cukup luas membuat butik ini banyak menarik minat pelanggan. Penulis memilih butik ini Karena ingin mengetahui bagaimana strategi yang digunakan pengusaha butik di dalam memajukan usaha bisnisnya. Penulis berharap butik tersebut dapat mewakili butik lainnya yang ada di Pekanbaru. Toko butik kartikha telah mendapatkan hasil yang diharapkan seperti data jumlah pendapatan sebagai berikut:

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1
Laporan Penjualan Butik Kartikha Periode 2016-2020

No	Tahun	Target Penjualan	Penjualan
1	2016	Rp. 550.000.000	Rp. 597.235.000
2	2017	Rp. 550.000.000	Rp.600.340.000
3	2018	Rp. 550.000.000	Rp.650.989.000
4	2019	Rp. 550.000.000	Rp.604.109.000
5	2020	Rp. 550.000.000	Rp.544.169.000

Sumber: Toko Butik Kartikha Pekanbaru

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwasanya penghasilan penjualan pada setiap tahunnya tidak selalu sama dan mengalami kenaikan maupun penurunan di setiap tahun, dan pada tahun 2018 penjualan Toko Butik Kartikha mengalami kenaikan yang sangat drastis dari target yang diharapkan sebesar Rp.550.000.000 dan penjualan sebesar Rp.650.989.000, dan pada tahun 2020 Toko Butik Kartikha tidak mencapai target yang diharapkan, yaitu dengan target Rp.550.000.000 dan hanya penjualan sebesar Rp.544.169.000. Dengan begitu Toko Butik Kartikha telah memenuhi target yang telah diinginkan, dan dari jumlah data jumlah pendapatan tersebut tidak selalu memenuhi target yang diharapkan oleh Toko Butik Kartikha pada tahun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2020 dikarenakan faktor yang menyebabkan seperti kurangnya peningkatan promosi untuk menarik perhatian konsumen dan masyarakat.

Agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target penjualan yang diinginkan. Kegiatan promosi terdiri dari enam variabel bauran promosi yang meliputi variabel periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan Promosi media sosial. jika dilaksanakan secara efektif dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Dalam unsur bauran promosi yang paling efektif dan mengkombinasikan antara unsur-unsur tersebut adalah merupakan tugas dari manajemen pemasaran.

Meski telah banyak perkembangan dan kelebihan yang telah dilakukan Toko Butik Kartikha masih memiliki kendala berupa kurangnya tingkat promosi yang gencar mereka lakukan dan dinilai masih belum cukup memuaskan dalam target yang akan dicapai dan diperoleh. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Butik Kartikha *Special Big Size* Pekanbaru”**.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimana strategi bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada butik kartikha Pekanbaru?
2. Apa saja hambatan dalam strategi bauran promosi di butik kartikha Pekanbaru?
3. Upaya apa saja yang dihadapi oleh butik kartikha dalam mengatasi hambatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini strategi bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Butik Karthika *Special Big Size* Pekanbaru.

1. Untuk mengetahui strategi bauran promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Butik Karthika *Special Big Size* Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui hambatan strategi bauran promosi yang dihadapi oleh Butik Karthika *Special Big Size* Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dihadapi oleh butik kartikha dalam mengatasi hambatan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis sendiri adalah untuk memperdalam pengetahuan manajemen pemasaran khususnya tentang strategi bauran promosi yang ditetapkan oleh perusahaan dan juga sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh dengan kenyataan yang dihadapi oleh perusahaan.
- b. Bagi akademisi adalah sebagai pembanding dalam melakukan penelitian lanjutan terhadap masalah yang sama.
- c. Bagi perusahaan yaitu sebagai bahan masukan yang mungkin bermanfaat dalam mengatasi masalah khususnya mengenai masalah promosi yang dihadapi perusahaan.

1.5 Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Butik Karthika yang berlokasi di Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Sawai No.43 Sukajadi, Pekanbaru.

b. Waktu

Penelitian ini dimulai pada tanggal 01 Maret 2021 sampai dengan selesai.

2. Jenis Data dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan ini jenis dan sumber data yang penulis gunakan yaitu :

a. Data Primer

Data Primer adalah jenis-jenis data yang dikumpulkan oleh penulis yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya seperti wawancara dengan manajer pada Butik Karthika Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan. Seperti informasi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan laporan-laporan yang mendukung penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara adalah Sistem Tanya jawab yang dilakukan langsung pada Perusahaan Butik Karthika.

Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung dilapangan dan memperoleh data informasi secara langsung di Butik Karthika.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, Penulis menggunakan analisis Deskriptif yaitu dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya berdasarkan pernyataan dilapangan serta mengkaitkan dengan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada, kemudian akan memberikan interpretasi terhadap hasil yang menyarankan dan kemudian diambil kesimpulan dan saran.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan dibagi menjadi empat bab, yaitu:

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penulisan

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran secara umum tentang Butik Karthika yang memuat tentang sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, dan ruang lingkup perusahaan secara umum

BAB III

TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK

Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori dan tinjauan praktek yang berkaitan dengan judul

PENUTUP

Bab ini akan mengemukakan beberapa kesimpulan dan saran yang diperoleh.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1 Sejarah Singkat Perusahaan

Butik kartikha merupakan usaha yang bergerak dibidang busana wanita yang berukuran besar atau jumbo. Pimpinan Butik Kartikha memulai usaha sejak tahun 2011 di Pekanbaru.

Butik Kartikha adalah butik yang hadir dengan konsep Casual masa kini, dimana cara fashion yang seperti ini lah yang disukai kaum hawa.

Kartikha adalah salah satu butik yang berdiri cukup lama terhitung dari tahun 2011. Dimana pada saat itu sang pemilik yaitu Suci Kartikha masih berstatus Gadis. Jiwa bisnis Suci Kartikha sangat kuat sehingga saat beliau masih gadis ia mampu berwirausaha sendiri.

Berawal dari hobby dibidang fashion membuat sang pemilik Suci Kartikha memberanikan diri untuk membuka butik yang berukuran besar. Dengan mengumpulkan modal sendiri melalui tabungan uang saku saat itu Suci Kartikha telah mampu mendirikan butik pertama nya di Rumah nya tepatnya di Jalan Mangga, Sukajadi Pekanbaru. Dan sekarang berada di jalan Sawai No.43 Kelurahan Kampung Melayu, Kecamatan Sukajadi, Kota Pekanbaru.

Suci Kartikha menuturkan Asal Muasal Dimana pada saat itu sang pemilik membuka toko butik ini, Suci Kartikha berkata Saya memiliki tubuh

yang cukup besar dan lingkungan sekitar (teman-teman) banyak juga yang bertubuh sama. Karena itu makanya saya mengambil kesempatan untuk berjualan baju yang hampir semua berukuran besar atau big size.

Dengan adanya butik seperti ini, para perempuan yang memiliki tubuh besar tak perlu lagi harus mencari pakaian kemana mana.

2.2 Faktor Pendukung Berdirinya Butik Kartikha

Ada beberapa hal yang mendukung akan keberhasilan berdirinya Butik Kartikha, antara lain yaitu:

a. Lokasi tempat Usaha

Tempat merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam mendukung kesuksesan penjualan produk yang dipasarkan toko butik, mengingat toko butik Kartikha berada di Pusat bisnis strategis dan terpadat di Pekanbaru, yang terdiri dari toko butik kartikha, dimana kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi dari kompleks ini, maka toko butik Kartikha menjadi salah satu pilihan masyarakat memenuhi kebutuhan baju yang berukuran besar. Dan lokasi butik Kartikha saat ini berada di Jalan Sawai No.43 Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru.

b. Persaingan

Di daerah Sukajadi Pekanbaru belum ada toko butik yang menjual pakaian yang berukuran besar atau jumbo, sehingga toko butik Kartikha diharapkan dan diupayakan menjadi satu-satunya toko butik yang

memiliki konsep pakaian yang berukuran besar sehingga menjadi pilihan utama masyarakat dengan ukuran badan mereka masing-masing.

c. Toko Butik Diskon / Bazar

Toko butik Kartikha adalah satu-satunya toko butik dengan konsep toko butik diskon, dan toko butik karthika ini juga membuka bazar di Mall SKA dan Mall Pekanbaru disana toko butik Kartikha menyediakan banyak pakaian-pakaian yang diskon yang cukup besar. sesuai dengan misinya membantu dan meringankan masyarakat untuk membeli pakaian-pakaian yang diperlukan.

d. Tampilan dan Pelayanan

Toko butik Kartikha berpenampilan elegan dan moderen, kesan tampilan luar yang mewah dan interior ruangan yang didesain oleh ahlinya membuat siapapun nyaman berada di dalamnya, pengunjung akan dimanjakan dengan mudahnya mencari pakaian dan suasana nyaman full AC menambah betah berlama-lama di dalamnya untuk mencari baju-baju yang diperlukan.

2.3 Visi Dan Misi

2.3.1 Visi

Dengan mengedepankan kualitas barang dan pelayanan sehingga akan terwujudnya perusahaan yang berkualitas dan berkembang menuju pasar yang luas, Berusaha memberikan yang terbaik dalam usaha butik guna memuaskan konsumen, sehingga butik



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kami lebih unggul, dan memenuhi dunia fashion khususnya pecinta busana wanita yang berukuran besar.

2.3.2 Misi

- a. Meningkatkan pangsa pasar yang luas
- b. Memberikan pelayanan yang optimal terhadap masyarakat yang luas sehingga akan dapat meningkatkan penjualan
- c. Menghasilkan produk terbaik dan berkualitas, sehingga banyak konsumen yang minat
- d. Meyakinkan konsumen dengan memberikan pameran butik dalam tiap bulan guna baju yang terbaru
- e. Pantang menyerah demi kemajuan dan kepuasan konsumen
- f. Menjadikan teladan bagi usaha-usaha busana wanita berukuran besar lainnya
- g. Meningkatkan kinerja profesionalisme.

2.3.3 Struktur kepemilikan Butik Kartikha

Bentuk usaha ini adalah usaha keluarga sehingga untuk struktur kepengurusan masih sangat sederhana. Struktur kepemilikan adalah sebagai berikut:

Jabatan	Nama
Pemilik Toko	: Suci Kartikha
Bendahara	: Mela

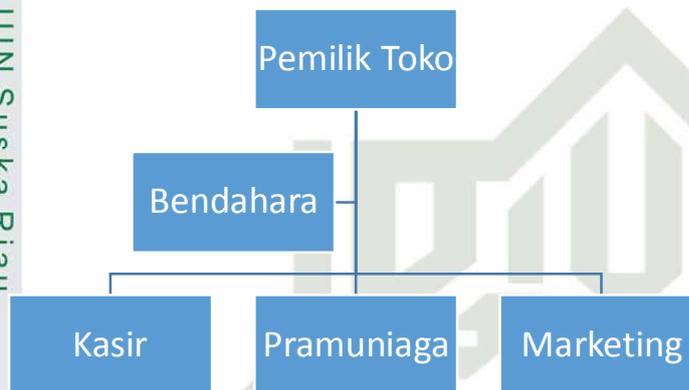


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Marketing : Ranty
 Kasir : Desi
 Pramuniaga : Friska

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Butik Kartikha



Sumber : Data Sekunder 2021

Dalam sebuah organisasi perlu adanya pembagian tugas dari masing-masing karyawan dengan tujuan agar dapat bekerja dengan efektif dan efisien sesuai keahlian dan kemampuan masing-masing. Pembagian tugas di Butik Kartikha adalah sebagai berikut:

1. Pemilik toko

a. Mengaudit Laporan Keuangan

Mengawasi arus keuangan yang didapatkan setiap harinya.

b. Memberi dan menarik modal usaha

Memberi modal usaha kepada karyawan agar karyawan bisa membeli produk yang diperlukan dalam toko.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Penanggung jawaban usaha

Resiko untung rugi perusahaan sepenuhnya ditanggung oleh pemilik perusahaan

d. Memantau perkembangan usaha

Memantau apakah usaha yang dijalankan dapat dijalankan sesuai rencana dan mengalami penjualan yang meningkat atau tidak.

e. Membuat kebijakan toko

Memberikan aturan apa saja yang diterapkan dalam bekerja.

f. Menjalankan aktivitas yang berkaitan dengan toko

g. Mengawasi pelaksanaan harian

Mengawasi karyawan apakah bekerja dengan benar atau tidak dan apakah ada kekeliruan dalam penjualan produk atau tidak.

h. Mengatur administrasi toko

Mengatur bagaimana dengan keuangan yang ada toko dapat berkembang lebih maju.

i. Mengangkat dan memberhentikan pegawai

Apabila karyawan menyeleweng atau tidak sesuai yang diharapkan pemilik berhak memberhentikan pegawai yang bersangkutan.

2. Bendahara

a. Menyimpan keuangan hasil penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Menyimpan keuangan pembelian barang

3. Marketing

Melayani dan menawarkan produk-produk yang dijual di toko kepada konsumen. Bagaimana agar produk-produk yang dijual dapat menarik minat pelanggan dan sesuai dengan harapan pelanggan.

4. Kasir

a. Melayani pembayaran pembelian

Apabila ada yang membeli melayani dengan baik, benar dan teliti agar tidak terjadi kekeliruan.

b. Menginput barang yang sudah masuk Mengecek barang apa saja yang sudah masuk.

c. Membuat laporan keuangan harian

Membuat laporan keuangan hasil penjualan setiap harinya.

5. Pramuniaga

a. Melaksanakan display barang Menawarkan barang kepada konsumen.

b. Mengontrol barang yang baik dan rusak

Mengontrol apakah barang yang dijual masih layak diperjualbelikan atau tidak. Atau barang tersebut sudah tidak layak untuk diperjualbelikan karena rusak atau sudah tidak sesuai tren masyarakat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Membantu pelanggan dalam kegiatan pembelian

Melayani dengan baik agar pelanggan bisa memilih barang sesuai yang diinginkan.

- d. Menjaga barang dari tindakan yang merugikan toko Menjaga barang agar tidak dicuri pelanggan.

- e. Menjaga kebersihan toko

Menjaga kebersihan toko, jadi ketika pelanggan sudah melihat toko yang bersih dan nyaman pelanggan jadi senang dan dapat memilih barang dengan nyaman karena kualitas toko yang baik.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, berikut ini penulis mengemukakan kesimpulan yang berhasil penulis rangkum diantaranya yaitu:

1. Untuk meningkatkan volume penjualan perlu adanya pengadaan promosi yang gencar agar penjualan yang diharapkan sesuai dengan harapan yang diinginkan, karena promosi bertujuan untuk mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar melakukan pembelian. jenis bauran promosi yang tersedia dalam pemasaran yang dikenal dengan bauran promosi meliputi periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan promosi media sosial.
2. Hambatan yang dihadapi oleh butik Kartikha yaitu persaingan yang semakin ketat, karena fenomena sekarang banyak pengusaha dibidang fashion atau pakaian yang membuka kios atau toko butik kartikha dan itu memberikan dampak kepada toko butik kartikha.
3. Upaya yang dilakukan oleh butik kartikha dalam mengatasi hambatan yang dihadapi diantaranya adalah butik kartikha harus mampu berkomunikasi dengan baik membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan butik kartikha dituntut untuk selalu *update* terhadap

perkembangan fashion sekarang yang sedang atau banyak diminati oleh *public figure*.

4.2. Saran

1. Untuk butik kartikha harus mempertahankan persaingan antar penjual sebaik mungkin, dan memberikan potongan harga jika telah belanja telah mencapai sebesar Rp.500.000.
2. Usaha butik kartikha sudah menjalankan pelayanan dengan baik setidaknya hambatan yang terjadi dan akan bisa cepat teratasi, karena pesaing akan semakin ketat untuk kedepannya nanti dan mampu menghadapi dengan selalu menghadirkan inovasi dan kreasi pada setiap produk yang dijual atau disediakan.
3. Untuk lebih menarik perhatian konsumen, dan mengedepankan citra perusahaan sebaiknya toko butik kartikha memberikan promosi dengan sosialisasi atau program yang lebih bagus.
4. Butik kartikha harus lebih menyediakan diskon agar konsumen lebih tertarik untuk belanja di butik seperti diskon yang di tampilkan di media sosial yaitu pada instagram dan facebook. Karena kebanyakan masyarakat pada umumnya lebih banyak minat belanja melalui media online.

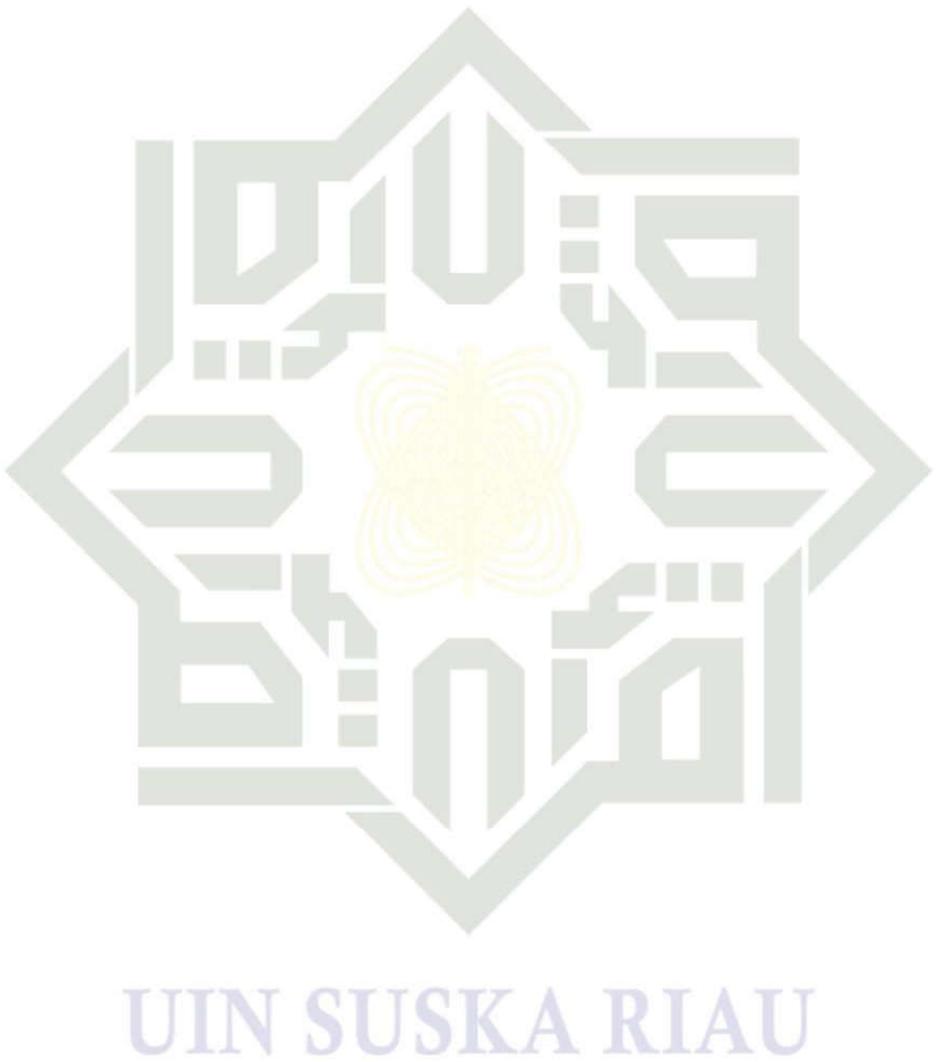
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Shinta. (2011). *Manajemen pemasaran*.
- Alma Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Octaviana, D. (2020). *Perencanaan dan Penerapan Strategi Promotion Mix di Blessed Butik* (Doctoral dissertation, Universitas Internasional Batam).
- Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2016). Strategi promosi Banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA ISSN, 2338, 8633*.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Strategi Promosi, 1, 1-10*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Grafindo Persada.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kom-petensi*. Edisi ke 3. Jakarta : Salemba Empat
- Malau Herman. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Maldina, E. Y. (2016). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Rangkuti, Fredi. 2010. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Sangaji, EM. 2016. *Salesmanship*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sumarwan, U., & Saptono, I. T. (2017). Analisis strategi bauran promosi terhadap volume penjualan Restoran xyz. *Manajemen ikm: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 161-169.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR WAWANCARA

Wawancara bersama Ibu Suci Kartikha sebagai Pemilik Butik Kartikha :

1. Bagaimana kesiapan dalam SDM toko butik kartikha dalam pelayanan dan komunikasi.?
2. Apakah toko butik kartikha menggunakan sebuah website untuk menjangkau konsumen diluar daerah?
3. Hal paling penting bagi penjual adalah bagaimana strategi promosi itu sendiri,apakah ada kesiapan dalam iklan baju seperti baleho,browsur dan media sosial?
4. Untuk menarik perhatian pelanggan, apakah pihak toko butik kartikha pernah melakukan bazar?
5. Apakah ada pematongan harga (disscount) untuk setiap kali pembelian?
6. bagaimana strategi promosi yang harus disampaikan untuk menarik kembali konsumen yang sudah tidak tertarik lagi dengan produk yang ditawarkan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diinang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

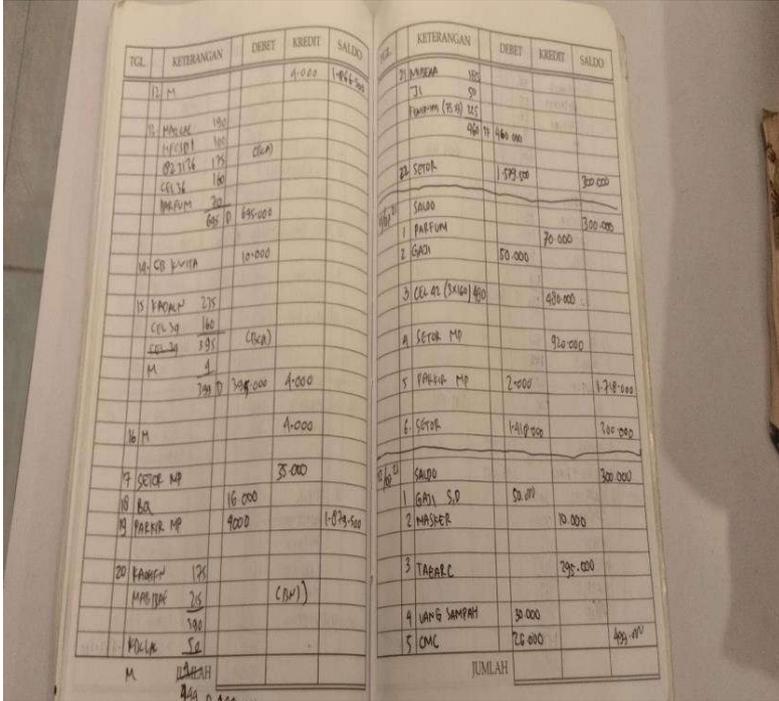
Dokumentasi Wawancara bersama Ibu Suci Kartikha sebagai pemilik Butik Kartikha



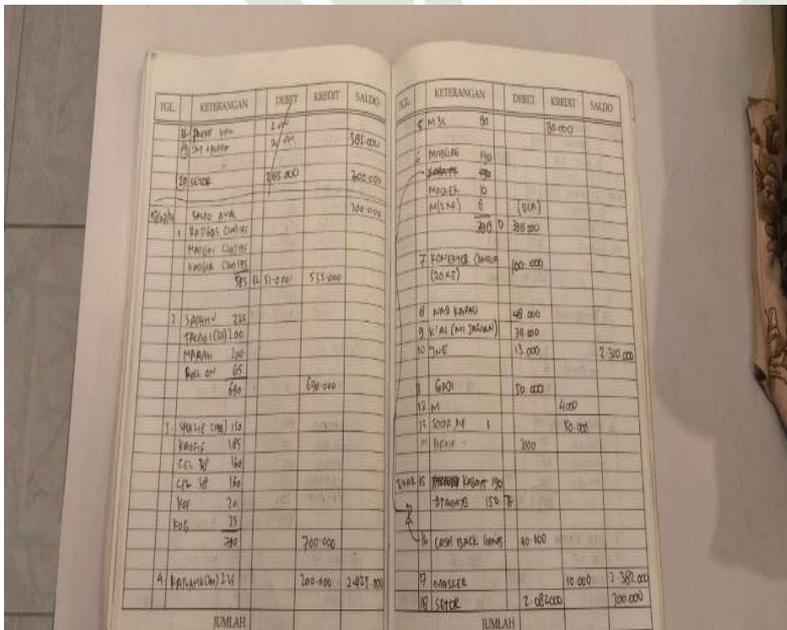
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

Buku Penjualan Butik Kartikha

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



TGL	KETERANGAN	DEBIT	KREDIT	SALDO
12 M			4.000	4.000
13 M	10. PAKU 150			
	11. PAKU 150			
	12. PAKU 150			
	13. PAKU 150			
	14. PAKU 150			
	15. PAKU 150			
	16. PAKU 150			
	17. PAKU 150			
	18. PAKU 150			
	19. PAKU 150			
	20. PAKU 150			
	21. PAKU 150			
	22. PAKU 150			
	23. PAKU 150			
	24. PAKU 150			
	25. PAKU 150			
	26. PAKU 150			
	27. PAKU 150			
	28. PAKU 150			
	29. PAKU 150			
	30. PAKU 150			
	31. PAKU 150			
	32. PAKU 150			
	33. PAKU 150			
	34. PAKU 150			
	35. PAKU 150			
	36. PAKU 150			
	37. PAKU 150			
	38. PAKU 150			
	39. PAKU 150			
	40. PAKU 150			
	41. PAKU 150			
	42. PAKU 150			
	43. PAKU 150			
	44. PAKU 150			
	45. PAKU 150			
	46. PAKU 150			
	47. PAKU 150			
	48. PAKU 150			
	49. PAKU 150			
	50. PAKU 150			
	51. PAKU 150			
	52. PAKU 150			
	53. PAKU 150			
	54. PAKU 150			
	55. PAKU 150			
	56. PAKU 150			
	57. PAKU 150			
	58. PAKU 150			
	59. PAKU 150			
	60. PAKU 150			
	61. PAKU 150			
	62. PAKU 150			
	63. PAKU 150			
	64. PAKU 150			
	65. PAKU 150			
	66. PAKU 150			
	67. PAKU 150			
	68. PAKU 150			
	69. PAKU 150			
	70. PAKU 150			
	71. PAKU 150			
	72. PAKU 150			
	73. PAKU 150			
	74. PAKU 150			
	75. PAKU 150			
	76. PAKU 150			
	77. PAKU 150			
	78. PAKU 150			
	79. PAKU 150			
	80. PAKU 150			
	81. PAKU 150			
	82. PAKU 150			
	83. PAKU 150			
	84. PAKU 150			
	85. PAKU 150			
	86. PAKU 150			
	87. PAKU 150			
	88. PAKU 150			
	89. PAKU 150			
	90. PAKU 150			
	91. PAKU 150			
	92. PAKU 150			
	93. PAKU 150			
	94. PAKU 150			
	95. PAKU 150			
	96. PAKU 150			
	97. PAKU 150			
	98. PAKU 150			
	99. PAKU 150			
	100. PAKU 150			
	JUMLAH			



TGL	KETERANGAN	DEBIT	KREDIT	SALDO
13 M			30.000	30.000
14 M	10. PAKU 150			
	11. PAKU 150			
	12. PAKU 150			
	13. PAKU 150			
	14. PAKU 150			
	15. PAKU 150			
	16. PAKU 150			
	17. PAKU 150			
	18. PAKU 150			
	19. PAKU 150			
	20. PAKU 150			
	21. PAKU 150			
	22. PAKU 150			
	23. PAKU 150			
	24. PAKU 150			
	25. PAKU 150			
	26. PAKU 150			
	27. PAKU 150			
	28. PAKU 150			
	29. PAKU 150			
	30. PAKU 150			
	31. PAKU 150			
	32. PAKU 150			
	33. PAKU 150			
	34. PAKU 150			
	35. PAKU 150			
	36. PAKU 150			
	37. PAKU 150			
	38. PAKU 150			
	39. PAKU 150			
	40. PAKU 150			
	41. PAKU 150			
	42. PAKU 150			
	43. PAKU 150			
	44. PAKU 150			
	45. PAKU 150			
	46. PAKU 150			
	47. PAKU 150			
	48. PAKU 150			
	49. PAKU 150			
	50. PAKU 150			
	51. PAKU 150			
	52. PAKU 150			
	53. PAKU 150			
	54. PAKU 150			
	55. PAKU 150			
	56. PAKU 150			
	57. PAKU 150			
	58. PAKU 150			
	59. PAKU 150			
	60. PAKU 150			
	61. PAKU 150			
	62. PAKU 150			
	63. PAKU 150			
	64. PAKU 150			
	65. PAKU 150			
	66. PAKU 150			
	67. PAKU 150			
	68. PAKU 150			
	69. PAKU 150			
	70. PAKU 150			
	71. PAKU 150			
	72. PAKU 150			
	73. PAKU 150			
	74. PAKU 150			
	75. PAKU 150			
	76. PAKU 150			
	77. PAKU 150			
	78. PAKU 150			
	79. PAKU 150			
	80. PAKU 150			
	81. PAKU 150			
	82. PAKU 150			
	83. PAKU 150			
	84. PAKU 150			
	85. PAKU 150			
	86. PAKU 150			
	87. PAKU 150			
	88. PAKU 150			
	89. PAKU 150			
	90. PAKU 150			
	91. PAKU 150			
	92. PAKU 150			
	93. PAKU 150			
	94. PAKU 150			
	95. PAKU 150			
	96. PAKU 150			
	97. PAKU 150			
	98. PAKU 150			
	99. PAKU 150			
	100. PAKU 150			
	JUMLAH			

© Haka Cipta Toko Butik Kartikha Pekanbaru



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



RIWAYAT PENULIS

Saya lahir pada 22 September 2000. Merupakan anak Pertama dari 3 bersaudara yang merupakan pasangan Bapak Syafril dan Ibu Ernamita. Penulis menempuh pendidikan mulai dari SDN 025 Pekanbaru dan selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan di SMPN 18 Pekanbaru yang selesai pada tahun 2015 dan setelah itu melanjutkan ke jenjang menengah atas di SMAN 2 Pekanbaru yang selesai pada tahun 2018. Di tahun berikutnya penulis diterima di salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial prodi D3 Manajemen Perusahaan. Pada tahun 2021, penulis menyelesaikan pendidikan di UIN SUSKA RIAU dengan judul Tugas Akhir “Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Butik Kartikha *Special Big Size* Pekanbaru”. Penulis dinyatakan lulus pada tanggal 23 Juli 2021 dan menyandang Gelar Ahli Madya (A.Md) di Uin Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU