

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Desi di Nagari Pinaga Aua Kuniang, Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat”** disusun oleh **Yaumil Azizah (3721057)**. Mahasiswa Jurusan SI Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana meningkatkan volume penjualan pada Toko Desi melalui strategi promosi. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi promosi sebagai upaya peningkatan volume penjualan pada Toko Desi yang menuntut pelaku usaha untuk harus bersikap jujur, adil bertanggung jawab, memahami atur-aturan berdagang secara syariah, melakukan jual beli atas dasar ketuhanan karena penjual islam meyakini bahwa segala bentuk transaksi yang dilakukannya akan dimintai pertanggung jawaban dari Allah SWT. Toko Desi ini berlokasi di Nagari Pinaga, Aua Kuniang, Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif Deksriptif dan lapangan (*field research*), yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh penulis melalui wawancara tertstrukur kepada pemilik serta karyawan Toko Desi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu analisis terhadap data yang diperoleh untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi Toko Desi berada pada Kuadran I (SO) dengan skor tertinggi 3,5 yang berarti Toko Desi memiliki internal yang sangat baik dan sekaligus menghadapi berbagai peluang yang besar dari lingkungan eksternal. Kesimpulannya, strategi SO dalam perspektif syariah menempatkan Toko Desi pada posisi yang kuat untuk berkembang secara agresif sekaligus tetap menjaga nilai-nilai Islam. Dengan penerapan yang konsisten dan inovatif, Toko Desi tidak hanya berpotensi meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperoleh keberkahan (barakah) dalam usahanya. Hasil analisis secara menyeluruh menunjukkan bahwa strategi promosi Toko Desi belum lengkap dan masih bergantung pada promosi tradisional. Analisis IFE dan EFE membuktikan bahwa meskipun terdapat banyak kekuatan dan peluang, kelemahan dalam aspek promosi digital dan ancaman dari persaingan online perlu segera ditanggulangi. Strategi promosi yang direkomendasikan meliputi media sosial, pelatihan digital, kolaborasi event, dan program loyalitas untuk meningkatkan penjualan secara berkelanjutan serta meneapkan prinsip prinsip pemasaran syariahnya.

Kata Kunci: Volume Penjualan, Strategi Promosi, Analisis SWOT