

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk atau jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Tren hijab dari tahun ke tahun semakin berkembang, tak heran banyak produsen berlomba-lomba menciptakan model terbaru dan terkini untuk mengimbangi persaingan tren hijab. Bagi seorang muslimah kebutuhan akan hijab menjadi prioritas dalam kegiatan sehari-hari. Apalagi kini kian banyak muslimah yang sadar akan kewajibannya mengenakan hijab dalam segala kegiatan di luar rumah. Hijab pada masa sekarang ini selain sebagai identitas seorang muslim juga merambah pada fungsi lain yakni sebagai fashion. Sebab seorang pengguna hijab juga ingin menampilkan keindahan dengan tetap

mematuhi syariat Islam. Sebagaimana yang telah di firmankan Allah Swt. dalam Al-Qur'an surah Al-Ahzab ayat 59:¹

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: *“Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”.*

Ayat tersebut menjelaskan tentang kewajiban perempuan mukmin untuk menutup aurat dengan mengulurkan jilbab ke seluruh tubuhnya. Selain itu dengan mengenakan jilbab maka perempuan mukmin akan lebih dimuliakan Allah Swt. dan mendapat ampunan dari Allah Swt.

Penjual jilbab pada saat ini cukup mudah dijumpai di daerah mana pun. Mulai dari toko baju, butik, kios-kios di pasar, bahkan di online shop atau marketplace pun banyak toko yang menyediakan jilbab. Dalam hubungan perekonomian dan perkembangan tren jilbab, Salirahijab merupakan salah satu jilbab yang ada di Kabupaten Ciamis, memiliki toko di Jl. Raya Kawali Karangpawitan No. 213 Kabupaten Ciamis menyediakan berbagai model dan tren jilbab terkini. Selain menyediakan produk jilbab, Salirahijab juga menyediakan berbagai perlengkapan pakaian wanita. Salirahijab yang hanya memiliki 2 karyawan dan beberapa bagian produksi, mereka juga melakukan

¹ “*Quran Surat Al-Ahzab*,” Quran Kemenag, accessed September 26, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/surah/33/59>.

promosi lewat Marketplace Shopee dan Sosial media Tiktok, Instagram, Facebook dan WhatsApp. Salirahijab kini memiliki jumlah pengikut marketplace Shopee memiliki 342 pengikut, Sosial media Tiktok 67 pengikut, Instagram 1.745 pengikut, Facebook 304 pengikut. Kegiatan penjualan tersebut juga tidak lepas dari peran kegiatan promosinya, sebab suatu badan atau perusahaan pun tidak mungkin diam saja menunggu konsumen datang, mereka juga perlu melakukan berbagai strategi promosi serta pemasaran yang tujuannya produk yang mereka jual dapat diketahui, dikenal dan dapat laku keras di pasaran.

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi kesinambungan hidup suatu perusahaan untuk memenuhi tujuan dan sasaran perusahaan yang efektif dan efisien. Perusahaan juga harus bisa menghadapi setiap masalah dan hambatan yang datang baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Salirahijab sebagai suatu usaha tentunya memiliki tujuan yang sama dengan perusahaan pada umumnya yakni mengharapkan suatu keuntungan atau *profit oriented*. Keuntungan yang di dapat tersebut salah satunya berasal dari volume penjualan produk yang dijual. Upaya peningkatan penjualan yang dapat dilakukan yakni meliputi unsur bauran pemasaran yakni *product, price, place* dan *promotion* (4P).² Yang berperan penting bagi perusahaan untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin dan untuk mempertahankan kelangsungan

² Dewi, Nurmasari. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda)". *Jurnal Manajemen Tools*. Vol. 9, No. 1, 2018, hlm. 13-25.

hidup perusahaan. Dalam hal ini berarti salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu volume penjualan meningkat.

Disamping itu, perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dalam penjualan produknya, jika tidak disertai dengan promosi yang tepat. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui alat promosi apa yang paling tepat digunakan dari 4 unsur bauran promosi menurut Kasmir, yaitu *Advertising* (periklanan), *Sales Promotion* (promosi penjualan), *Publicity* (publisitas) *Personal Selling* (penjualan pribadi).³ Agar biaya promosi yang dikeluarkan menjadi efektif dan efisien. Bauran promosi (*Promotion Mix*) yang digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan.

Promosi adalah bagian dari pemasaran, dan pemasaran merupakan bagian dari penjualan yang perlu diperhatikan dalam setiap bisnis atau usaha. Strategi promosi pada suatu usaha/bisnis biasanya berisi tentang perencanaan yang komprehensif untuk membujuk dan menarik perhatian pasar sehingga tercapai tujuan perusahaan yakni mendapatkan *profit* atau keuntungan yang berasal dari pembelian atau penjualan produk/jasa. Dalam kegiatan promosi tersebut terdapat metode atau cara komunikasi yang menyadarkan calon pelanggan akan adanya barang perdagangan perusahaan. *Promotional mix* merupakan gabungan dari alat-alat promosi, yaitu promosi penjualan, periklanan, publisitas dan *personal selling* yang dibuat untuk memperjualbelikan barang dan jasa. Tiap-tiap unsur

³Kasmir, *Kewirausahaan*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 198

promotional mix atau bauran promosi mempunyai kedudukan pada program pemasaran.⁴

Sedangkan promosi dalam Islam atau promosi islami adalah upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk baik barang/jasa kepada konsumen yang dalam pelaksanaannya dilarang untuk memberikan informasi yang berlebihan.⁵

Berdasarkan pengamatan dan observasi peneliti, toko Salirahijab Ciamis sendiri telah melakukan beberapa kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualannya, dengan periklanan, yaitu dengan iklan tidak berbayar menggunakan media internet seperti *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp* dan *Shopee*, iklan berbayar kerjasama dengan *Influencer*, melakukan promosi penjualan, yaitu dengan pemberian diskon dan promosi lainnya.

Alasan yang menjadikan promosi lebih mendominasi dalam peningkatan volume penjualan yaitu sejak awal Salirahijab telah menggunakan beberapa promosi sebagai alat untuk menarik pelanggan. Namun, setelah peneliti melakukan observasi lebih dalam ternyata omzet dari penjualan Salirahijab masih mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena penggunaan promosi masih kurang efektif.

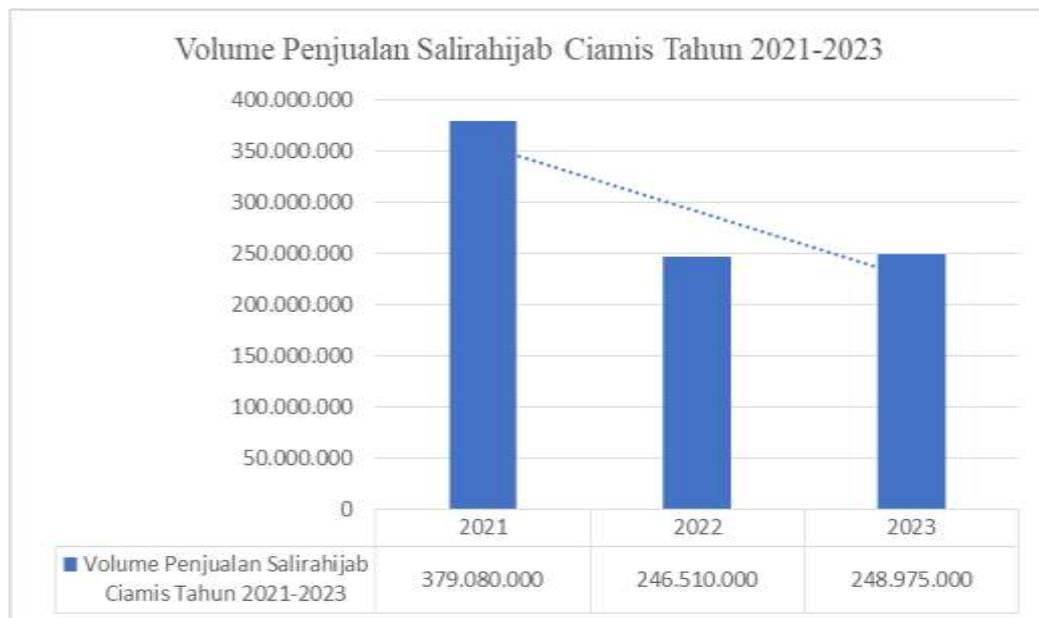
⁴Binti Nur Cholifah, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Jamu Al Qomar (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Sunan Kalijaga Pakuncen Patianrowo)," *Jurnal Bisnis Darmajaya* 17, no. 03, 2020, hlm. 44–54.

⁵Nur Asnawawi dan Muhammad Asnan Fanani, *PEMASARAN SYARIAH (Teori, Filosofi Dan IsuIsu Kontemporer)* (Depok: Rajawali Press, 2017), hlm. 164

Tabel 1. 1 Data Penjualan Salirahijab tahun 2021-2023

NO	BULAN	TAHUN		
		2021	2022	2023
1	Januari	Rp 36.835.000	Rp 23.835.000	Rp 16.765.000
2	Februari	Rp 34.170.000	Rp 23.035.000	Rp 18.120.000
3	Maret	Rp 33.735.000	Rp 21.735.000	Rp 19.975.000
4	April	Rp 33.145.000	Rp 20.240.000	Rp 22.160.000
5	Mei	Rp 31.870.000	Rp 29.870.000	Rp 20.520.000
6	Juni	Rp 41.135.000	Rp 21.845.000	Rp 21.045.000
7	Juli	Rp 32.240.000	Rp 20.135.000	Rp 21.955.000
8	Agustus	Rp 29.935.000	Rp 19.045.000	Rp 22.300.000
9	September	Rp 29.065.000	Rp 17.985.000	Rp 23.025.000
10	Oktober	Rp 27.075.000	Rp 17.075.000	Rp 21.430.000
11	November	Rp 25.840.000	Rp 16.540.000	Rp 19.785.000
12	Desember	Rp 24.035.000	Rp 15.170.000	Rp 21.895.000
Pendapatan Pertahun		Rp 379.080.000	Rp 246.510.000	Rp 248.975.000

Sumber: Salirahijab Ciamis, 2023



Sumber: Salirahijab Ciamis, 2023

Gambar 1. 1 Volume Penjualan Salirahijab Tahun 2021-2023

Berdasarkan data dari tabel dan gambar di atas menunjukkan bahwa penjualan melalui online maupun offline mengalami penurunan volume penjualan dari tahun 2021-2022, dan pada tahun 2023 mengalami peningkatan jumlah penjualan. Namun kenaikan jumlah penjualan tersebut tidak lebih tinggi dari tahun 2021.⁶

Salirahijab mempunyai target penjualan yang telah ditetapkan, (Maya Oktaviani selaku Pemilik Toko Salirahijab) mengatakan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan yaitu senilai Rp 50.000.000 untuk semua produk Salirahijab dalam 1 bulannya, jadi setiap bulannya penjualan produk Salirahijab harus mencapai target yang telah ditetapkan. Namun dari data penjualan produk Salirahijab, khususnya dalam 3 tahun terakhir (2021-2023) belum dapat mencapai target penjualan produk sesuai yang diharapkan oleh perusahaan. Dampak dari penurunan penjualan bisa berdampak terhadap pengurangan karyawan, karena pemilik tidak lagi mampu membayar gaji karyawan, atau yang paling ditakutkan oleh semua perusahaan yaitu sampai gulung tikar/bangkrut.

Dalam bisnis tak selamanya penjualan mengalami kenaikan, pasti juga akan mengalami penurunan atau fluktuasi dalam penjualan. Terjadinya penurunan volume penjualan disebabkan karena adanya persaingan yang begitu ketat akibat munculnya beberapa perusahaan pesaing yang menawarkan produk yang sama,

⁶Wawancara dengan Ibu Maya Oktaviani Pemilik Toko Salirahijab Ciamis selasa 09/10/2023

selain itu penggunaan strategi masih tergolong kurang tepat dalam memasarkan produk. Maka dari itu, perusahaan perlu menentukan strategi yang tepat khususnya dalam menetapkan alat promosi atau bauran promosi (*marketing mix*) yang dapat meningkatkan volume penjualan dan tentunya dapat mencapai target penjualan yang diharapkan oleh perusahaan

Berdasarkan uraian diatas, maka kebaharuan dari pada penelitian ini adalah dengan mengambil objek penelitian di Toko Salirahijab Ciamis dengan adanya permasalahan terkait penurunan volume penjualan karena strategi promosi yang kurang efektif, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO SALIRAHIJAB CIAMIS”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada toko Salirahijab Ciamis?
2. Bagaimana volume penjualan pada toko Salirahijab Ciamis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada toko Salirahijab Ciamis.

2. Untuk mengetahui volume penjualan pada toko Salirahijab Ciamis.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat baik untuk peneliti sendiri ataupun bagi orang lain secara luas. Selain itu diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa:

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan penulis mengenai prospek dan hasil analisis strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada toko salirahijab Ciamis.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mengoreksi pelaksanaan dan memberikan masukan serta solusi untuk meningkatkan dan perbaikan strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada toko salirahijab Ciamis.
3. Bagi pihak lain, untuk memberikan pengetahuan dan menjadi referensi mengenai topik – topik yang berkaitan dengan analisis strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan.