

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN BANDREK UD. NASUTION DI HUTA
SIANTAR KECAMATAN PANYABUNGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi(S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah*



ROUDAH SYAFITRI
NIM : 19-09-0038

**PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2023**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
BANDREK UD. NASUTION DI HUTASANTAR KECAMATAN
PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah


Oleh :


Roudah Syafitri

NIM: 19090038

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007


Muhammad Ardiansyah, MM
NIP. 199007162019081001





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

2023

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek UD. Nasution Di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal” a.n Roudah Syafitri, Nim : 19090038, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah di Munaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN) Pada Tanggal 27 September 2023.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan Dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Andy Hakim, M.M NIP. 198609252019031009	Ketua/ Merangkap Penguji I		10/10-2023
2	Rizka Ar Rahmah, M.E NIP. 199108042019032016	Sekretaris/ Merangkap Penguji II		10/10-2023
3	Arwin, M.A NIP.198512162019031007	Penguji III		10/10-2023
4	Muhammad Ardiansyah, M.M NIP. 199007162019081001	Penguji IV		10/10-2023

Panyabungan, Oktober 2023
Mengetahui
Ketua STAIN Mandailing Natal


Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Roudah Syafitri, NIM: 1701123 dengan judul skripsi **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek UD. Nasution Di Hutasiantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”**. Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

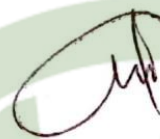
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, September 2023

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Arwin, MA
NIP. 198512162019031007


Muhammad Ardiansyah, MM
NIP. 199007162019081001

STAIN MADINA

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Hal : Lembar persetujuan dan pengesahan

Lamp : -

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

STAIN Mandailing Natal

Di

Mandailing Natal

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Roudah Syahfitri

Nim : 19090038

Judul skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek
UD. Nasution Di Hutasiantar Kecamatan Panyabungan
Kabupaten Mandailing Natal

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Srata Satu pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Arwin M.A

NIP. 198512162019031007



Muhammad Ardiansyah, MM

NIP. 19900716019081001

NOTA DINAS

Nomor : .. Panyabungan, September 2023
Lampiran : 5 (Lima) Exp. Kepada :
Perihal : Skripsi a.n Roudah Syafitri Yth. Bapak Ketua STAIN MADINA
di
Tempat


Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Roudah Syafitri yang berjudul "**Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek UD. Nasution Di Hutasiantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA) Panyabungan.


Untuk itu dalam waktu yang dekat kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah. Demikian kami sampaikan, dan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

PEMBIMBING I


Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007

PEMBIMBING II


Muhammad Ardiansyah, MM
NIP. 199007162019081001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Roudah Syafitri
Nim : 19090038
Semester / T.A : IX (Sembilan)/2023
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Tempat / Tgl Lahir : Jakarta, 12 Maret 2000
Alamat : Sinonoan
No. Telp/Hp : 082276834609

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek UD. Nasution Di Hutasiantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.
adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang di ambil dari sumbernya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panyabungan, September 2023

Hormat Saya



Roudah Syafitri
NIM. 19090038

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT yang Maha Esa atas kesehatan kesempatan dan waktu yang di berikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN BANDREK UD. NASUTION DI HUTA SIANTAR KECAMATAN PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL” dengan tepat waktu sesuai dengan yang direncanakan penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN Madina). tahun akademik 2022/2023. Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan pihak yang telah memberikan adil dan cukup besar dalam menyelesaikan skripsi ini oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

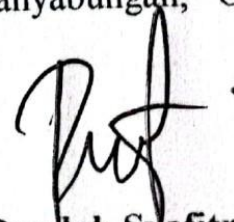
1. Prof. Dr. H.Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Andy Hakim, M.M, selaku ketua Prodi Manajemen bisnis Syariah dan Ibu Rizka Ar Rahmah M.E selaku Sekretaris Prodi Manajemen Bisnis Syariah.
3. Arwin, M.A, selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Muhammad Ardiansyah M.M, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan bimbingan dan masukan yang berharga selama penulisan skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen Manajemen Bisnis Syariah, terimakasih atas semua ilmu dan pengetahuan berharga yang telah diajarkan.
6. Kedua orangtua penulis, Bapak Sehat Maratua Nasution dan Ibu Rosliana Rangkuti Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus

terus berjuang hingga saat ini. Tanpa Do'a dan perjuangan kalian penulis tidak akan sampai pada tahap ini, semua kesuksesan dan hal baik yang terjadi dalam hidup penulis semua berkat kalian.

7. Saudara Kandung penulis, Zul Fahmi Nasution, Raja Muda Nasution terimakasih telah memberikan support baik dan memberi dana sekolah untuk akhir semester ini dan keperluan penulis selama menyusun skripsi, penulis sangat beruntung memiliki saudara hebat seperti kalian. Terimakasih kepada saudara kandung penulis yang telah memberikan semangat kepada Penulis.
8. Pihak terkait yang telah membantu dalam penelitian ini, Khususnya terimakasih kepada para narasumber yang telah sudi memberikan informasi kepada penulis.
9. Sahabat penulis, Pinta Riski, Lailan Nur, Nur Hayati, Indah Aminah Putri terimakasih telah menjadi sahabat yang berbagi suka duka dari semester satu sampai semester sembilan ini dan tak lupa untuk kawan KKL Miskah Fitriani, Dedi Aliansyah, Fikri Akbar Arrido dan juga terimakasih kepada teman-teman seperjuangan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019.
10. Terimakasih kepada diri penulis yang telah berjuang dan tetap kuat, hebat dan optimis dalam segala hal terutama dalam masalah perkuliahan. Terimakasih sudah sampai di titik ini.

Semoga bantuan yang ikhlas dan amal baik dari semua pihak tersebut mendapat pahala dan balasan yang melimpah dari Allah SWT. Akhir kata, kami memohon taufik dan hidayah-Nya kepada Allah Rabb seluruh alam. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan khususnya dan bagi kita semua pada umumnya. Aamiin.

Panyabungan, Oktober 2023



Roudah Syafitri
NIM: 19-09-003

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR NOTA DINAS	
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
MOTTO	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
G. Defenisi Operasional Variabel	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Promosi.....	9
1. Pengertian Promosi	9
2. Tujuan Promosi	10
3. Fungsi Promosi.....	10
4. Jenis-Jenis Promosi	11
B. Penjualan.....	13
1. Pengertian Penjualan	13
2. Tujuan Penjualan.....	15

3. Jenis-Jenis Penjualan.....	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	16
5. Hambatan-Hambatan Penjualan.....	17
C. Penelitian yang Relevan.....	18
D. Kerangka Berpikir.....	20
E. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Populasi, Sample, Teknik Sampling Penelitian.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Teknik Validitas dan Reliabilitas Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Dekripsi Lokasi Penelitian.....	31
B. Deskriptif Responden.....	33
C. Uji Instrumen Penelitian.....	34
D. Analisis Data.....	36
E. Pembahasan.....	43
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Penjualan Bandrek UD.Nasution Juni-Agustus 2023.....	5
Tabel 3.1 Sampel Penelitian pada Konsumen Bandrek UD.Nasution.....	23
Tabel 3.2 Skor Skala Penilaian Jawaban.....	24
Tabel 3.3 Tingkat Keeratan Korelasi	29
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promosi (X).....	34
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Penjualan (Y)	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X).....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Penjualan (Y)	36
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Promosi	37
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Peningkatan Penjualan	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.10 Regresi Linier Sederhana	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Dertiminasi.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Angket Variabel Promosi

Lampiran 3 Tabulasi Angket Variabel Penjualan

Lampiran 4 Tabel r

Lampiran 5 Foto Dokumentasi

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



MOTTO

“Bukan kesulitan yang membuat takut, tapi ketakutanlah yang membuat kita sulit,
jadi jangan mudah menyerah (joko Widodo).”



LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'amin,

Dengan mengucapkan syukur atas semua perjuangan yang cukup panjang yang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan saya persembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan berarti dalam hidupku:

1. Kedua orang tua saya yang tercinta dan tersayang, untuk ayah Sehat Maratua Nasution dan ibu Rosliana Rangkuti terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang engkau berikan untuk saya semoga ayah dan ibu sehat dan bahagia selalu.
2. Abang ang selalu memberikan materi, motivasi, doa, perhatian, kasih sayang dan dukungan.
3. Almamaterku tercinta STAIN Madina yang telah memberikan pengalaman ilmiah yang berharga dan akan dijadikan lentera dalam menyongsong masa depan yang lebih baik.

ABSTRAK

ROUDAH SYAFITRI, NIM. 19-09-0038, Judul Skripsi “**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN BANDREK UD. NASUTION DI HUTA SIANTAR KECAMATAN PANYABUNGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL**”, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Madina, 2023.

Kegiatan promosi merupakan tujuan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi, untuk mengetahui tingkat penjualan dan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan bandrek UD.Nasution Huta Siantar Kecamatan Panyabungan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini menggunakan angket. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji persyaratan analisis dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini 15 konsumen pada saat peneliti melakukan penelitian. Sampel penelitian adalah seluruh populasi berjumlah 15 konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dari ke 5 indikator tersebut pada indikator promosi penjualan pada kategori baik karena perusahaan dalam memberikan promosi masih berjalan dengan sangat baik sehingga konsumen merasa terpuaskan dan ingin membeli kembali. Peningkatan penjualan pada usaha bandrek UD.Nasution yang dilihat dari dari ke 3 indikator tersebut pada indikator mendapatkan laba kategori baik, hal ini berarti bahwa peningkatan penjualan memenuhi pendapatan usaha UD.Nasution. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parsial (uji-t) bahwa nilai t_{hitung} promosi sebesar $2,834 > t_{tabel}$ $1,771$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan penjualan dengan nilai R Square sebesar $0,259$ atau sebesar $25,9\%$ yang artinya variabel X (promosi) dapat mempengaruhi variabel Y (penjualan) sebesar $25,9\%$ dan sisanya $74,1\%$ dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Promosi, Peningkatan Penjualan*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan usaha. Hal ini ditandai dengan munculnya usaha yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan wirausahawan adalah dengan menerapkan promosi. Promosi merupakan kegiatan yang penting untuk dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Sedangkan promosi sendiri dipandang sebagai arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengendalikan seseorang/organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2010).

Pada dasarnya tujuan mendirikan usaha adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan wirausaha dalam memasarkan produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Karena itu, untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu riset dan analisis pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Kegiatan dalam pemasaran selain memperhatikan kualitas produk, penentuan harga, dan pendistribusian barang, maka unsur promosi memegang peranan yang sangat penting di dalam rangkaian pemasaran barang, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati mereka melalui pemberian kesan-kesan baik yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen. Jika

konsumen telah kenal terhadap produk perusahaan, maka diharapkan akan memiliki minat untuk membeli produk tersebut (Elisabeth dkk, 2018).

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 memperkenalkan dan memberitahukan kepada masyarakat tentang barang atau jasa yang diproduksi, menimbulkan minat masyarakat untuk membeli barang yang diproduksi serta meningkatkan volume penjualan (Swastha, 2010). Jika dilaksanakan secara efektif dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan.

Kegiatan promosi merupakan tujuan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Jadi dalam kegiatan penjualan, konsumen harus mendapatkan perhatian sepenuhnya, karena konsumen mempunyai kebebasan dalam memilih suatu barang yang disenanginya. Pemilihan suatu barang tergantung daya tarik barang tersebut terhadap diri konsumen, untuk itulah perlu diadakan promosi. Disamping itu dengan meningkatnya penjualan akan berakibat pula terhadap peningkatan pendapatan perusahaan, sehingga tujuan peningkatan laba akan dicapai.

Pandangan Islam dalam promosi adalah bahwa betapa banyak promosi yang dilakukan saat ini melalui media promosi justru mengandung kebohongan dan penipuan. Dari sudut pandang Islam, faktor ini yang sangat dominan banyak yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dalam praktiknya. Baik karena kebohongan atau terlampau berlebih-lebihan dalam memberikan penyajian-penyajian iklan. Islam secara jelas melarang kedua hal ini dalam unsur promosi (Sula, 2006).

Pada prinsipnya menjadi pengusaha merupakan suatu bentuk usaha yang dibolehkan menurut ajaran Islam. Kegiatan bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil jika tidak didasari atas prinsip kejujuran. Karena kejujuran merupakan kunci utama dalam kesuksesan berbisnis, misalnya saat melaksanakan kontrak terhadap pihak ketiga maupun kepada karyawan, jujur terhadap konsumen, jujur dalam kerjasama, dan lain sebagainya. Begitu juga dengan melakukan penjualan ini diperlukan kejujuran yang dapat dipercaya oleh pembeli, sebagaimana hadis Rasulullah SAW sebagai berikut:

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِذَا أَنْتَ بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ. ثُمَّ أَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتِغَتْهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ أَيَّامٍ فَإِنْ رَضِيتَ فَأَمْسِكْ وَإِنْ سَخِطْتَ فَارْزُدْهَا عَلَى صَاحِبِهَا.

Artinya: “Nabi saw bersabda: Apabila kamu menjual maka katakanlah dengan jujur dan jangan menipu. Jika kamu membeli sesuatu maka engkau mempunyai hal pilih selama tiga hari, jika kamu rela maka ambillah, tetapi jika tidak maka kembalikan kepada pemiliknya. (HR.Ibnu Majah)

Berdasarkan hadis di atas dapat disimpulkan bahwa dalam jual beli itu harus mendatangkan rasa aman dan tentram karena tidak ada penipuan dalam perniagaan. Baik sebagai penjual maupun pembeli di pasar, mesti mengedepankan kejujuran agar barang yang kita dapat dari hasil proses transaksi jual beli halal dan tidak mengandung riba.

Usaha UD. Nasution adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang minuman kesehatan yang sudah berdiri sejak tahun 2008, minuman kesehatan tersebut disebut dengan Bandrek. Usaha ini berada di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan dan sudah lama berjalan dalam memproduksi produk minuman kesehatan Bandrek. Tidak heran jika Bandrek yang diproduksi UD. Nasution ini sudah dikenal oleh masyarakat luas khususnya masyarakat yang berada disekitaran Kecamatan Panyabungan. Dari hasil observasi awal yang dilakukan penulis dengan mewawancarai pemilik usaha UD.Nasution Ibu Khadijah mengatakan:

“Produk yang kami produksi biasanya akan dipasarkan oleh karyawan kami pada bagian sales, para sales mempromosikan dalam bentuk *sales promotion* yaitu memberikan potongan harga atau bonus kepada penjual seperti pemilik warung-warung kecil maupun grosiran agar produk tersebut dapat dititipkan di tempat mereka. Kemudian bentuk promosi selanjutnya adalah *personal selling* (penjualan pribadi) yaitu mempromosikan produk Bandrek tersebut langsung kepada pemilik cafe secara tatap muka dan menjalin kerja sama sehingga kami memiliki pelanggan yang membutuhkan Bandrek setiap bulannya. Dengan adanya sales dan bentuk promosi yang kami terapkan dalam usaha ini dapat membantu dalam mempromosikan produk yang kami buat sehingga masyarakat lebih mengenali Bandrek yang diproduksi di usaha UD. Nasution ini” (Wawancara dengan Pemilik Usaha UD. Nasution tanggal 12 Januari 2023).

Banyaknya pesaing UD.Nasution dalam menjual produk sejenis merupakan salah satu permasalahan yang sering dialami, karena pesaing tersebut melakukan promosi yang sangat gencar melalui social media dan brosur untuk menambah ketertarikan minat beli dari semua kalangan baik bawah, menengah, ataupun atas. Untuk itu, antisipasi sangat perlu dilakukan oleh usaha bandrek UD.Nasution agar dapat *survive* dan mampu memajukan usahanya untuk lebih berkembang. Cara yang dilakukan usaha bandrek UD.Nasution untuk menjaga kepuasan konsumen adalah dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas dalam proses produksinya sehingga dapat menghasilkan minuman kesehatan yang berkualitas. Selain itu, UD.Nasution juga membuat minuman dengan rasa dan harga yang bervariasi agar dapat menjangkau konsumen dari semua kalangan baik dari segi umur maupun status ekonomi.

Untuk dapat melihat sejauh mana kemampuan Usaha UD. Nasution dalam memasarkan produknya dapat dilihat dari omset penjualan bandrek pada tahun 2020-2022. Dibawah ini adalah data omset penjualan bandrek sebagai berikut:

Tabel 1.1

Omset Penjualan Bandreak UD.Nasution
Bulan Juni-Agustus 2023

No	Bulan	Omset Penjualan (Rp)
1.	Juni	5.750.000
2.	Juli	4.540.000
3.	Agustus	3.985.000

Sumber: Wawancara Usaha UD. Nasution tahun 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa tingkat omset penjualan bandrek mengalami penurunan setiap bulannya. Pada bulan Juni usaha UD.Nasution mengalami peningkatan penjualan hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut mengalami musim pancaroba, khususnya di daerah Panyabungan sehingga masyarakat banyak yang kurang fit dan berlomba-lomba untuk membeli minuman kesehatan agar imun mereka tetap terjaga. Pada bulan Juli dan Agustus omset penjualan mengalami penurunan yang cukup drastis hal ini disebabkan karena musim kemarau yang panjang, sehingga minat masyarakat untuk membeli minuman kesehatan berkurang. Selama ini, UD.Nasution hanya mengandalkan penjualannya pada konsumen lama yang sudah loyal dan telah bersikap positif atas produk yang dihasilkan. Dari gambaran tersebut penulis ingin mengetahui apakah ada keterkaitan masalah tersebut dengan promosi yang dilaksanakan oleh usaha UD.Nasution.

Mengingat promosi sangat penting untuk kelancaran pemasaran perusahaan, maka diperlukan kebijakan manajemen dibidang promosi dalam upaya meningkatkan omset penjualan dan untuk mencapai target penjualan. Dengan demikian perlu diketahui seberapa besar pengaruh promosi dalam mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan omset penjualannya.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji melalui penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing yang mendirikan usaha yang sejenis dengan usaha bandrek UD.Nasution
2. Kurangnya informasi yang diberikan mengenai promosi yang ada pada usaha bandrek UD.Nasution

C. Batasan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini, maka perlu dibatasi ruang lingkupnya sehingga didapatkan penyelesaian yang lebih fokus, sehingga penelitian ini dapat lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah jenis-jenis promosi dan penjualan Bandrek di UD Nasution.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat di latar belakang di atas, maka permasalahan pokok yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada usaha Bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan ?
2. Bagaimana tingkat penjualan pada usaha Bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan ?
3. Bagaimana pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap peningkatan penjualan bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan adalah

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan pada usaha Bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan
2. Untuk mengetahui tingkat penjualan pada usaha Bandrek UD.Nasution di Huta Siantar Kecamatan Panyabungan
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan bandrek UD.Nasution Huta Siantar Kecamatan Panyabungan

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam meningkatkan produk dan promosi, sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya.

2. Bagi Penulis

Sebagai pemahaman lebih lanjut dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan produk dan promosi dari teori pemasaran yang penulis peroleh selama proses perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Strata 1 (S.1) Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA).

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan perbandingan untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut. Dan sebagai salah satu sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengatasi permasalahan yang sama.

G. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel penelitian ini adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan (Rambat, 2013).
2. Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli (Mulyadi, 2008).

