

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN
(PADA *HOME INDUSTRY* KERIPIK TEMPE A-SYIFA DI DESA
MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)



Disusun Oleh:

ELSA MAYA APRILIA

934109419

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2023

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN
(PADA *HOME INDUSTRY* KERIPIK TEMPE A-SYIFA DI DESA
MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh

ELSA MAYA APRILIA

934109419

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN
(STUDI KASUS DI *HOME INDUSTRY* KERIPIK TEMPE A-SYIFA DI
DESA MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

Oleh:

934109419

ELSA MAYA APRILIA

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM

NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI

NIDN. 2130108301

NOTA DINAS

Kediri, 23 Mei 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Jl. Sunan Ampel No.07 – Ngronggo

Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ELSA MAYA APRILIA

NIM : 934109419

Judul : **STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (PADA HOME INDUSTRY KERIPIK TEMPE A- SYIFA DI DESA MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI
NIDN. 2130108301

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 10 Juli 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Jl. Sunan Ampel No.07 – Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswi:

Nama: ELSA MAYA APRILIA

NIM : 934109419

Judul :**STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN (PADA *HOME
INDUSTRY* KERIPIK TEMPE A- SYIFA DI DESA
MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya. Sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang telah dilaksanakan pada tanggal 04 Juli 2023, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI
NIDN. 2130108301

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN
(PADA *HOME INDUSTRY* KERIPIK TEMPE A-SYIFA DI DESA
MANISRENGGO KOTA KEDIRI)**

ELSA MAYA APRILIA


934109419

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 04 Juli 2023

Tim Penguji,


1. Penguji Utama

Dr. Andriani, SE, MM
NIP.19730113 200312 2 001

(.....)


2. Penguji I

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

(.....)


3. Penguji II

Moch. Zainuddin, MEI
NIDN. 2130108301

(.....)


Kediri, 10 Juli 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Dr. H. Imam Anas Muslih, M. HI
NIP.19750101 199803 1 002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Maya Aprilia
NIM : 934109419
Tempat/Tanggal Lahir : Lamongan, 24 April 2001
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Desa Gempolpading, Kec. Pucuk, Kab. Lamongan
E-mail : elsamayaaprilia123@gmail.com

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kediri, 23 Mei 2023
Saya yang menyatakan

ELSA MAYA APRILIA
NIM. 934109419

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil aalamin , dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Karunian-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Dan dengan rasa bangga serta rasa syukur, karya tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Mukhid dan Ibu Maniyah yang telah mendidik dan tak henti-hentinya memberikan support serta do'anya.
2. Keluarga besar saya telah memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini,
3. Dosen Pembimbing saya, yakni Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM. dan Bapak Moch. Zainuddin MEI. yang dengan sabar dan ikhlas dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai,
4. Kepada abah Kirom dan ama Munifah selaku kedua orang tua saya di Pesantren Pelajar Al-Fath yang telah membimbing, menyayangi, dan selalu memberikan arahan kepada saya,
5. Kepada sahabat saya Safira Asrofil yang selalu menemani peneliti melakukan penelitian,
6. Kepada teman-teman UBI5, Fira, Azizah, Bitari, dan Erlin yang bersedia berbagi pengalaman dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat nyak-nyuk saya, teman seperjuangan saya dari zaman maba,

8. Teman-teman kuliah saya Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan, doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini,
9. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih untuk semua hal diberikan untuk mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Aprilia, Elsa Maya. Dosen Pembimbing I Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM dan Dosen Pembimbing II Moch. Zainuddin MEI: *Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan (pada Home Industry Keripik Tempe A-Syifa di Desa Manisrenggo Kota Kediri)*. Skripsi, Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN KEDIRI. 2023.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Penjualan, Keripik Tempe.

Bauran pemasaran merupakan suatu konsep mengenai apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menciptakan strategi pembeda dengan produk lain. Bauran pemasaran mencakup strategi produk, strategi promosi, penentuan harga, dan tempat yang berjalan secara bersamaan dan setiap bagiannya tidak bisa berjalan sendiri tanpa ada bagian lain yang mendukungnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan di *home industry* keripik tempe A-Syifa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dan teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Home industry* keripik tempe A-Syifa sudah menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat dengan selalu melakukan inovasi rasa, kemasan dan mempertahankan kualitas produknya, harga yang ditetapkan cukup terjangkau, selalu memperluas pemasaran dengan mendistribusikan produk ke tempat yang mudah dijangkau konsumen, dan rajin promosi baik promosi *offline* maupun promosi *online*. 2) Peran strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan di *home industry* keripik tempe A-Syifa yaitu dengan melakukan pengembangan strategi bauran pemasaran yang sudah ada supaya lebih optimal dalam meningkatkan penjualan produk, hal tersebut dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa pada tahun 2019 rata-rata omset per tahun sebesar Rp.316.000.000 dan pada tahun 2020 rata-rata omset penjualan mengalami penurunan menjadi Rp.291.600.000. Dengan adanya pandemi juga membuat perusahaan berfikir untuk melakukan perbaikan serta mengembangkan strategi bauran pemasaran yang sudah ada, buktinya pada awal tahun 2021 rata-rata omset per tahunnya naik menjadi Rp.417.600.000 dan pada tahun 2022 rata-rata omset penjualan juga mengalami kenaikan yang cukup tinggi yaitu menjadi Rp.622.080.000.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Pada *Home Industry* Keripik Tempe A-Syifa Di Desa Manisrenggo Kota Kediri)**”. Sholawat serta salam semoga senantiasa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa risalah ke-Islaman, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya.

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku rektor IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslihin, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
3. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., MM., selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Dosen Pembimbing I yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini,
4. Bapak Moch Zainuddin, MEI., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini,

5. Ibu Dr. Andriani, SE.MM. selaku dosen penguji utama pada saat ujian munaqasah,
6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan,
7. Ibu Sri Wahyuni selaku pemilik *home industry* keripik tempe A-Syifa yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini,
8. Sahabat, teman, dan semua pihak yang telah mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi ini,

Semoga segala kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat

bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 27 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I 1	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Telaah Pustaka	8
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Strategi Pemasaran	12
B. Bauran pemasaran.....	13

C. Penjualan	16
D. Strategi Bauran Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam	17
E. Home Industry	21
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Kehadiran peneliti.....	23
C. Lokasi Penelitian	23
D. Sumber Data	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
F. Teknik Analisis Data.....	25t
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	27
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	27
BAB IV	29
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	29
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	29
B. Paparan Data.....	34
C. Temuan Penelitian	48
BAB V.....	51
PEMBAHASAN	51
A. Strategi Bauran Pemasaran <i>Home Industry</i> Keripik Tempe A-Syifa ..	51
B. Peran Strategi Bauran Pemasaran <i>Home Industry</i> Keripik Tempe A-Syifa Dalam Meningkatkan Penjualan.....	60
BAB VI.....	65
PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan.....	65

B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Promosi Online di Media Sosial Instagram.....	42
Gambar 4.2 Pamflet Promosi Online	43
Gambar 4.3 Promosi Offline dengan Memasang Banner	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Keripik Tempe A-Syifa, Keripik Tempe A&A, dan Keripik Tempe Siliria Tahun 2018-2022	3
Tabel 1.2 Perbandingan Strategi Bauran Pemasaran Home Industry Keripik Tempe A-Syifa dengan Home Industry Keripik Tempe A&A dan Home Industry Keripik Siliria.....	4
Tabel 4.2 Data Penjualan Rata-Rata Keripik Tempe A-Syifa Tahun 2018-2022.....	47
Tabel 5.2 Data Penjualan Rata-Rata Keripik Tempe A-Syifa Tahun 2018-2022.....	471