

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kasus covid-19 meningkat dan membawa dampak pada perekonomian dunia termasuk kasus covid-19 yang terdapat di Indonesia. Pandemi covid-19 yang ditentukan oleh PBB, membawa dampak pada transportasi, pariwisata, kesehatan, perdagangan dan sektor lainnya. Negara mengambil kebijakan *lock down* untuk menghindari kasus penyebaran covid-19 lebih lanjut, akibatnya kegiatan ekonomi terhambat dan mempunyai tekanan terhadap pertumbuhan ekonomi dunia ke depan termasuk perekonomian Indonesia pertumbuhan.¹

Di era globalisasi ini menunjukkan suatu peluang yang cukup besar dan persaingan bisnis yang baru bagi perusahaan manapun. Suatu sisi globalisasi yang meningkatkan pasar produk. Tetapi, saat ini yang ada disisi lain persaingan yang sangat erat akibat banyak yang menciptakan produk baru yang serupa. Persaingan ini memfokuskan ke dalam bentuk perekonomian metode pasar yang menduduki pelaku pasar agar bersikap sangat cerdas untuk mengembangkan bisnis tersebut dan meregut pangsa pasar.²

Bisnis yang begitu pesat perkembangannya akhirnya mewujudkan keadaan persaingan menjadi lebih erat. Pelanggan mengarahkan jenis-jenis pilihan suatu produk yang diusulkan bagi tiap-tiap perusahaan agar terpenuhi

¹ Muh Hamzah dkk, *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*, (Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora : TRILOGI, September-Desember 2021), hal 383

² Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Tony Sitinjak, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal 1

apa yang dibutuhkan serta diinginkan konsumen. Satu informasi yang sangat kuat ialah yang dibutuhkan serta diinginkan manusia selalu melimpah. Berbagai perusahaan bisnis juga wajib melaksanakan tugasnya melalui cara yang lebih bagus guna mencatat seluruh yang dibutuhkan serta mendesak, menciptakan berbagai produk yang lebih bagus lagi, serta melaksanakan aktivitas periklanan serta menyerahkan berbagai produk lebih efisien, sehingga para pelanggan bisa lebih mudah memperolehnya.³

Disisi lain penciptaan produk baru serta pelayanan dengan kualitas sangat memuaskan, *marketing* termasuk sebuah hal yang begitu penting untuk sebuah kepercayaan dari penjualan. Menurut *Kotler* dan *Amstrong*, pemasaran ialah menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, serta mengendalikan berbagai program yang telah terancang guna penciptaan, pembangunan, serta pemeliharaan pertukaran yang memberi untung, dengan konsumen yang dituju guna pencapaian tujuan perusahaan.⁴ Melaksanakan benarnya sebuah keputusan tentang perusahaan tidaklah mudah. Seorang manajer pemasaran harus membuat keputusan karakteristik yang bisa mewujudkan suatu produk tersebut menjadi unggul dan terkenal, menawarkan harga kepada konsumen, ditempat mana mereka harus menjual produk tersebut, berapa biaya yang perlu dikeluarkan, jumlah biaya yang dikeluarkan untuk membuat iklan agar produk lebih terkenal. Mereka juga harus menentukan bagaimana desain atau kemasan yang tepat untuk membuat produk tersebut. Perusahaan yang bisa menangani risiko lebih besar ialah perusahaan yang tak mengawasi konsumen serta para

³ Fitria Nurlita Purwanti, Muhammad Edwar, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian "Susu Maktam Kediri"*, Jurnal Volume 1 No. 2, 2015, hal 12

⁴ Farida Yulianti, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal 2

pesaing dengan cerdas serta terus melaksanakan peningkatan *value* yang ditawarkan olehnya pada konsumen.

Strategi pemasaran adalah cara mengambil berbagai keputusan mengenai biaya pemasaran, alokasi pada pemasaran yang berhubungan dengan kondisi lingkungan yang diinginkan, bauran pemasaran, serta keadaan persaingan.⁵

Seblak Incezz adalah usaha yang bergerak dibidang makanan atau *food industry*. Seblak Incezz ini bergerak dibidang makanan yang tidak dikategorikan makanan berat. Seblak adalah makanan yang terbuat dari krupuk dan makroni basah yang diberi bumbu serta sayuran dan isian yang lainnya. Seblak termasuk ciri khas makanan khas yang berasal dari Sunda daerah Jawa Barat, Seblak Incezz ini banyak dikonsumsi bagi kalangan anak muda. Seblak Incezz ini didirikan pada tahun 2018 sampai sekarang, dan juga mempunyai 4 (empat) cabang *outlet* Seblak Incezz yakni:

Tabel 1.1
Data Outlet Seblak Incezz

No	Alamat
1	Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri (Rejomulyo)
2	Jl. Sunan Ampel 1 No. 50 Rejomulyo Kota Kediri (Rejomulyo)
3	Jl. KH. Abdul Karim Kota Kediri (Lirboyo)
4	Jl. Sumber 1 No. 32 Ngronggo Kota Kediri (Ngronggo)

Sumber : Data Wawancara dan Diolah Peneliti⁶

Berdasarkan tabel di atas maka bisa diketahui bahwa Seblak Incezz memiliki beberapa *outlet*. Adapun toko atau lokasi cabang utama Seblak Incezz yakni berlokasi di Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri, Jawa Timur. Oleh karena itu peneliti memilih melakukan penelitian di *outlet*

⁵ Ibid, hal 8

⁶ Kurnia Maulita, Owner Seblak Incezz, 13 Desember 2022.

utama Seblak Incezz. Adapun pada usaha Seblak Incezz ini bisa membuat produk yang berkualitas sangat terbaik, ada juga varian menu produk yang di jual oleh Seblak Incezz.

Tabel 1.2
Daftar Produk dan Harga Seblak Incezz

No.	Produk	Varian Rasa	Harga
1.	Seblak	SELORMA (Seblak+Telur+Makroni)	Rp9.000
		SELORSIS/BAK (Seblak+Telur+Bakso/Bakso)	Rp10.000
		SELORMASIS/BAK (Seblak+Telur+Makroni+Sosis/Bakso)	Rp11.000
		SELORBAMSIS (Seblak+Telur+Bakso+Makroni+Sosis)	Rp13.000
		KOMPLIT SAYUR (Selorbamsis+Sayur)	Rp14.000
2.	Topping	Sayur	Rp1.000
		Jamur	Rp1.000
		Cireng	Rp2.000
		Tempura	Rp3.000
		Kuah Susu	Rp3.000
		Ceker	Rp3.500
		Scallop	Rp3.500
		Telur Puyuh	Rp3.500
		Spaghetti	Rp4.000
		Otak-Otak Ikan	Rp4.000
		Hati Ayam	Rp4.000
		Fish Tofu	Rp4.500
		Siomay Ayam	Rp4.500
		Crabs Stick	Rp4.500
		Bakso Udang	Rp5.000
		Sayap Ayam	Rp5.000
		Fish Roll	Rp5.000
		Bakso Ikan Salmon	Rp5.000
		Chikuwa	Rp5.000
		Kembang Cumi	Rp5.000
		Bakso Keju	Rp5.000
		Dumpling Chesse	Rp6.000
		Fish Cake	Rp6.000
Dumpling Ayam	Rp6.000		
3.	<i>Other Food</i>	Pentol Nyozz	Rp10.000
		Mincezz (Mie Incezz)	Rp11.000

		Ceker Nyozz	Rp11.000
		Cireng Isi (Goreng +3.000)	Rp13.000
		Taso (Tahu Bakso) Nyozz	Rp13.000
		Baso Aci Ayam	Rp14.000
4.	<i>Drink</i>	Es Teh	Rp3.000
		Es Nutrisari Jeruk	Rp3.000
		Air Mineral	Rp3.000
		Es Capuccino	Rp5.000
		Orange Squash	Rp7.000
		Melon Squash	Rp7.000
		Cocopandan Squash	Rp7.000

Sumber Seblak Incezz Kota Kediri

Pada dunia bisnis yang berkembang pesat di Kota Kediri, persaingan menjadi faktor kunci yang memengaruhi para pelaku usaha dalam menjual produk mereka. Pada penelitian ini, peneliti akan membahas perbandingan antara tiga tempat makan Seblak yang cukup populer di Kota Kediri, yaitu Seblak Incezz, Ikilo Seblak, dan Seblak Mak Jah. Ketiga tempat Seblak ini merupakan pesaing utama dalam industri Seblak di Kota Kediri, di mana permintaan akan Seblak cukup tinggi karena hidangan ini sedang tren di kalangan masyarakat.

Adapun dalam bisnis kuliner, beberapa faktor menjadi kunci dalam memengaruhi persaingan. Berdasarkan hasil hasil observasi awal peneliti, menunjukkan bahwa Seblak Incezz menawarkan variasi harga yang menarik pelanggan dengan berbagai anggaran, sementara Ikilo Seblak memiliki harga yang lebih tinggi, mungkin karena metodenya yang berbeda. Seblak Mak Jah menawarkan harga bersaing. Dalam hal promosi, Seblak Incezz aktif di media sosial dan layanan pengiriman makanan, Ikilo Seblak lebih fokus pada promosi media sosial, dan Seblak Mak Jah ada di aplikasi pengiriman makanan. Lokasi

juga memainkan peran penting, dengan Seblak Incezz yang mudah diakses dan nyaman, sementara Ikilo Seblak memiliki lokasi luas tetapi fasilitas terbatas, dan Seblak Mak Jah yang strategis perlu memperbaiki fasilitasnya. Seblak Incezz memiliki lebih banyak cabang, sementara Ikilo Seblak hanya memiliki satu, dan Seblak Mak Jah telah mengembangkan beberapa cabang. Meskipun demikian, Seblak Incezz dan Ikilo Seblak memiliki jumlah pengunjung yang tinggi, menunjukkan popularitas di kalangan pelanggan, sedangkan Seblak Mak Jah, meskipun jumlah pengunjungnya sedikit lebih rendah, berhasil mempertahankan pelanggan setia. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pemilihan tempat Seblak oleh pelanggan dapat dipengaruhi oleh preferensi pribadi, harga, dan lokasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Guna mempermudah melihat perbandingan antara ketiga usaha seblak tersebut, maka bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3
Perbandingan Seblak Incezz, Ikilo Seblak, dan Seblak Mak Jah

No	Ket.	Seblak Incezz	Ikilo Seblak	Seblak Mak Jah
1.	Harga	1. Seblak Harga mulai Rp 9.000 – Rp 14.000 2. <i>Topping</i> Harga Mulai dari Rp 1.000 – Rp 6.000 3. <i>Other Food</i> Harga mulai dari Rp 10.000 – Rp 14.000 4. Drink Harga mulai dari Rp 3.000 – Rp 7.000	1. Seblak : Harga mulai dari Rp 14.000 – Rp 25.000	1. Seblak : Harga mulai dari Rp 10.000 – Rp 33.000
2.	Promosi	- <i>Instagram</i>	- <i>Instagram</i>	- <i>Face to Face</i>

		<ul style="list-style-type: none"> - <i>WhatshAp</i> - <i>Facebook</i> - <i>Face to Face</i> - <i>Grab Food</i> - <i>Go Food</i> - <i>Free Delivery</i> - Bekerja sama dengan Endors 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Facebook</i> - <i>Face to Face</i> - <i>Grab Food</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Grab Food</i> - <i>Go Food</i> - <i>Go Shop</i>
3.	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri, Jawa Timur - Lokasi Seblak Incezz mudah diakses melalui gang, nyaman, dan dilengkapi fasilitas lengkap. Cocok untuk nongkrong dengan teman dan keluarga. Terletak di sekitar sekolah, universitas, dan kantor-kantor. Akses ke jalan utama juga mudah. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Kh. Wachid Hasyim No. 120 Bandar Lor Kec. Mojoroto Kota Kediri. Akses jalan ke Ikilo Seblak mudah, lokasinya luas, tetapi fasilitas terbatas. Tempat parkir di pinggir jalan, kadang menyebabkan kemacetan. Di sekitarnya ada berbagai ruko yang menjual makanan dan toko-toko. Dekat dengan universitas, sekolah, dan rumah sakit. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jl. Sunan Ampel No. 57 Ngronggo Kota Kediri. - Lokasi Seblak Mak Jah strategis, tapi perlu perbaikan tempat dan parkir yang sempit. Lingkungannya nyaman dengan sekolah, universitas, dan kantor-kantor di sekitar. Di sekitarnya ada ruko yang berjualan makanan dan ATK.
4.	Jam Operasional	- Buka Setiap Hari Pukul 09.00-21.00	- Buka setiap hari Pukul 12.00-20.00	- Buka setiap hari Pukul 10.00-21.00
5.	Jumlah Cabang	5 cabang	1 cabang	4 cabang
6.	Jumlah Pengunjung per Minggu	500 pembeli/Minggu	450 pembeli/Minggu	350 pembeli/Minggu

Sumber Hasil Observasi Seblak Incezz Kota Kediri

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa Seblak Incezz unggul secara signifikan dalam berbagai aspek yang memengaruhi preferensi pelanggan. Pertama, dalam hal harga, Seblak Incezz menawarkan rentang harga yang bervariasi, termasuk harga topping dan menu makanan lainnya, sehingga dapat menarik pelanggan dengan berbagai anggaran. Sementara itu, Ikilo Seblak memiliki harga yang cenderung lebih tinggi, sedangkan Seblak Mak Jah menawarkan harga yang lebih bersaing. Kedua, dalam hal promosi, Seblak Incezz memiliki strategi pemasaran yang lebih lengkap, termasuk media sosial, pesan singkat, dan layanan pengiriman makanan, bahkan bekerja sama dengan endorser untuk meningkatkan visibilitas mereka. Sementara itu, Ikilo Seblak fokus pada media sosial, dan Seblak Mak Jah hadir di aplikasi pengiriman makanan.

Ketiga, dalam hal lokasi, Seblak Incezz terletak di lokasi yang mudah diakses, nyaman, dan berdekatan dengan berbagai institusi pendidikan dan perkantoran. Di sisi lain, lokasi Ikilo Seblak memiliki fasilitas terbatas, dan Seblak Mak Jah perlu memperbaiki fasilitas dan parkir yang sempit. Dalam hal jumlah cabang, Seblak Incezz juga memimpin dengan beberapa cabang, sementara Ikilo Seblak hanya memiliki satu cabang.

Seblak Mak Jah juga mengembangkan bisnisnya dengan beberapa cabang. Terakhir, jumlah pengunjung per minggu menunjukkan popularitas tempat makan, di mana Seblak Incezz memiliki jumlah pengunjung yang tinggi, mengungguli Ikilo Seblak dan Seblak Mak Jah. Dengan keunggulan dalam aspek-aspek ini, Seblak Incezz menjadi pilihan utama bagi pelanggan di

Kota Kediri, menunjukkan dominasinya dalam bisnis kuliner di wilayah tersebut.

Tabel 1.3 menampilkan data hasil penjualan Seblak Incezz Kota Kediri yang terletak di Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo, Kota Kediri Jawa Timur, selama tahun 2021 dan 2022. Tabel ini memberikan gambaran tentang kinerja penjualan Seblak Incezz selama periode tersebut. Data ini penting untuk memahami bagaimana bisnis ini telah berkembang dari segi pendapatan dan dapat memberikan wawasan tentang tren penjualan yang mungkin terjadi selama tahun tersebut. Dengan melihat data ini, kita dapat mengidentifikasi bulan-bulan dengan penjualan tertinggi dan terendah, serta melihat apakah terdapat peningkatan atau penurunan dari tahun ke tahun. Selanjutnya, data ini juga dapat digunakan untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait faktor-faktor apa yang mungkin memengaruhi fluktuasi penjualan di bisnis Seblak Incezz ini.

Adapun berbagai kelebihan atau keunggulan dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh Seblak Incezz Kota Kediri bisa dibuktikan dengan data penjualan di Seblak Incezz yang terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Melalui keunggulan dalam aspek-aspek strategi pemasaran di atas, Seblak Incezz tidak hanya mempertahankan pelanggan setianya tetapi juga terus menggaet lebih banyak pelanggan baru, sehingga menjadi pilihan utama bagi pelanggan di Kota Kediri dalam menikmati hidangan seblak yang lezat. Berikut ini ialah data hasil penjualan di Seblak Incezz Kota Kediri tahun 2021 dan 2022:

Tabel 1.3
Data Hasil Penjualan Seblak Incezz Jl Sumber Jiput N0. 59
Rejomulyo Kota Kediri Tahun 2021 dan 2022

No	Bulan	Rata- Rata Jumlah Penjualan	
		2021	2022
1	Januari	Rp 35.000.000	Rp 40.000.000
2	Februari	Rp 45.000.000	Rp 42.000.000
3	Maret	Rp 55.000.000	Rp 39.000.000
4	April	Rp 50.000.000	Rp 45.000.000
5	Mei	Rp 60.000.000	Rp 48.000.000
6	Juni	Rp 50.000.000	Rp 51.000.000
7	Juli	Rp 35.000.000	Rp 50.000.000
8	Agustus	Rp 48.000.000	Rp 49.000.000
9	September	Rp 60.000.000	Rp 52.000.000
10	Oktober	Rp 55.000.000	Rp 57.000.000
11	November	Rp 45.000.000	Rp 60.000.000
12	Desember	Rp 50.000.000	Rp 62.000.000
Jumlah		588.000.000	Rp 595.000.000

Sumber Data hasil Observasi di Seblak Incezz Kota Kediri

Dari Tabel 1.3, terlihat bahwa penjualan rata-rata Seblak Incezz di Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri mengalami fluktuasi setiap bulannya. Faktor-faktor seperti cuaca, hari libur, promosi, persaingan, situasi ekonomi, dan tren konsumen memengaruhi pola penjualan ini. Terlebih lagi, minat pembeli dan ketersediaan bahan baku yang dapat berfluktuasi juga berperan dalam naik turunnya penjualan bulanan. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan pertumbuhan bisnis, Seblak Incezz perlu terus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif agar produknya semakin dikenal dan diminati oleh pelanggan.

Tabel 1.4
Teori Strategi Pemasaran di Seblak Incezz

Ket.	Place	Price	Product	Promotion
Seblak	Jl. Sumber	1. Seblak	Seblak,	Melalui

Incezz	Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri, Jawa Timur	Harga mulai dari Rp 9.000 – Rp 14.000 (Level Nyozz 0-5, Level 3-5 (+1.000), Level diatas 5 (+1.000/level)) 2. Topping Harga Mulai dari Rp 1.000 – Rp 6.000 3. <i>Other Food</i> Harga mulai dari Rp 10.000 – Rp 14.000 4. <i>Drink</i> Harga mulai dari Rp 3.000 – Rp 7.000	Makanan Ringan (<i>Snack</i>), Minuman	media <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , <i>WhatshApp</i> , Membuat Konten bekerjasama dengan <i>endors</i> , <i>Grab</i> <i>Food</i> , <i>Go</i> <i>Food</i> , <i>Free</i> <i>Delivery</i>
--------	--	---	---	--

Sumber data hasil observasi di Seblak Incezz Kota Kediri

Peneliti tertarik meneliti karena berdasarkan data diatas harga dari produk Seblak Incezz tergolong murah dibandingkan outlate lainnya, selain itu masih dalam masa pandemi Covid-19. Dimana kondisi ekonomi masyarakat masih belum membaik, tetapi hasil penjualan Seblak Incezz cenderung mengalami naik pada tahun 2021.

Dari data tabel diatas strategi pemasaran yang saat ini dijalankan oleh Seblak Incezz ini yaitu dengan cara menggunakan media *Instagram*, *Facebook*, *WhatshApp*, *Grab Food*, *Go Food*, *Face to Face*, *Free Deleverly* ataupun dalam bentuk promosi harga, dan membuat video konten yang bekerjasama dengan *endors* agar masyarakat lebih mengenal luas produk Seblak Incezz.

Potensi pasar memiliki pengaruh terhadap pertimbangan perusahaan dalam menentukan apa saja strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan dan seberapa tingkat harga jual produk yang mampu bersaing serta diterima pasar. Dan keunikan dari Seblak Incezz ini bergantung pada rasa yang berciri khas rasa dominan manis ke gurih, dan orang daerah Kediri dan sekitarnya

lebih memilih rasa dominan manis ke gurih. Semakin ketatnya persaingan dalam merebutkan mangsa pasar Seblak Incezz ini dituntut untuk meningkatkan kualitas efisiensi yang sangat terus berkembang dan dapat terus bersaing.

Dari latar belakang permasalahan yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “ ***PERAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS SEBLAK INCEZZ JL. SUMBER JIPUT NO. 59 REJOMULYO KOTA KEDIRI)***”

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang diatas, perumusan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran Seblak Incezz Kota Kediri?
2. Bagaimana peran strategi pemasaran Seblak Incezz Kota Kediri dalam meningkatkan volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti ini adalah :

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran Seblak Incezz Kota Kediri.
2. Untuk menganalisa bagaimana peran strategi pemasaran Seblak Incezz Kota Kediri untuk meningkatkan volume penjualan.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak ilmu ajaran Islam pada umumnya khususnya bagi akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Progam Studi Ekonomi Syariah dan bagi penelitian selanjutnya sehingga proses riset akan terus berlangsung.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi Peneliti

Meningkatkan dan memahami penulisan karya ilmiah dan bekerja sama dalam pembagian keuntungan untuk mempersiapkan ekonomi masa depan.

b. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat luas dapat meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, serta sebagai acuan peran strategi dalam meningkatkan volume penjualan.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut Telaah Pustaka yan digunakan penulis :

1. *Strategi Pemasaran Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dalam Meningkatkan Penjualan*, oleh Siti Analisatul Ulumi (2020), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.⁷

Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri menjadi objek penelitian terdahulu ini.

⁷ Siti Analisatul Ulumi, *Strategi Pemasaran Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dalam Meningkatkan Penjualan*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020)

Kesimpulan yang diperoleh penelitian terdahulu ini yakni menggunakan strategi pemasaran dengan memperhatikan produk, harga, promosi, dan tempat. Setelah itu *Home Industry* Krupuk Sermier Artama Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri ini pendapatannya dapat meningkat yang signifikan dari awal berdiri tahun 2015 sampai 2019. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama memakai metode penelitian kualitatif dan juga meneliti tentang strategi pemasaran suatu usaha kuliner dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitiannya peneliti ini yaitu objek penelitiannya.

2. *Strategi Pemasaran Harummanis Bang Toyib Lamongan Dalam Meningkatkan Penjualan*, oleh Iqbal Fidliyah Khoirun Nisa' (2021), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.⁸

Penelitian tersebut memakai metode kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu secara keseluruhan pemasaran pada *Home Industry* Harummanis Bang Toyib Lamongan ini dalam melaksanakan operasional kerjanya telah melaksanakan strategi pemasaran dan telah menerapkan marketing mix 4P (Product, Price, Promotion, Place). Persamaan penelitian milik Fidliyah Khoirun Nisa' dengan peneliti yang saat ini dikerjakan ialah juga membahas mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan penulis yaitu terletak pada obyek, lokasi, waktu. Serta peneliti terdahulu membahas tentang meningkatkan volume penjualan pada suatu produk tersebut.

⁸ Fidliyah Khoirun Nisa', *Strategi Pemasaran Harummanis Bang Toyib Lamongan Dalam Meningkatkan Penjualan*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021)

3. *Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Menurut Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Distributor Jilbab “Khaira Hijab” Kediri)*, oleh Andika Sari (2022), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.⁹

Penelitian tersebut memakai metode kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu Khaira Hijab telah menerapkan strategi promosi yang diterapkan oleh distributor jilbab Khaira Hijab untuk meningkatkan Volume Penjualan Produk dalam Perspektif Islam. Persamaan penelitian milik Andika Sari dengan penulis yaitu juga membahas mengenai peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penulis yaitu terletak pada obyek, waktu, dan lokasi penelitian.

4. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Atribut Supporter Persik Dalam Perspektif Syariah Marketing (Studi Kasus Pada CX Point Store Kediri)*, oleh Mohamad Sirojudzakirin (2021), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁰

Penelitian tersebut memakai metode kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu Atribut Suporter Persik pada CX Point Store Kediri sudah melaksanakan strategi bauran pemasaran 4P dengan efektif dan sudah menerapkan prinsip serta kaidah yang cocok dengan berbagai nilai di *marketing* syariah. Persamaan penelitian milik Mohamad Sirojudzakirin

⁹ Andika Sari, *Peran Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Menurut Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Distributor Jilbab “Khaira Hijab” Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022)

¹⁰ Mohamad Sirojudzakirin, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Atribut Supporter Persik Dalam Perspektif Syariah Marketing (Studi Kasus Pada CX Point Store Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021)

dengan penulis sama-sama membahas strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penulis terletak pada variabelnya dan obyek, waktu, lokasi penelitian. Perbedaan penelitian terdahulu juga membahas tentang 4P bauran pemasaran.

5. *Analisis Strategi Promosi Roti Kering Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD Niki Sari Nganjuk*, oleh Anik Endah Filaeli (2020), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹¹

Penelitian tersebut memakai metode kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu strategi bauran promosi yang telah dilaksanakan oleh UD Niki Sari Nganjuk, menggunakan bauran promosi untuk meningkatkan penjualannya. Persamaan peneliti milik Anik Endah Filaeli dengan penulis yaitu sama variabelnya meneliti strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan penulis terletak pada obyek, waktu, lokasi penelitian.

¹¹ Anik Endah Filaeli, *Analisis Strategi Promosi Roti Kering Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD Niki Sari Nganjuk*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020)