

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI



Oleh:

INDRY FEBRYNA RATU

NIM. 931300317

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

INDRY FEBRYNA RATU

NIM. 931300317

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)**

INDRY FEBRYNA RATU

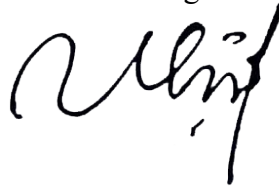
931300317

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd
NIP. 198204072023212026

NOTA DINAS

Kediri, 29 April 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : INDRY FEBRYNA RATU

NIM : 931300317

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten 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.

Dengan demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

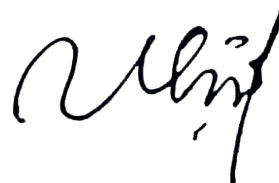
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd
NIP. 198204072023212026

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 24 Juni 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : INDRY FEBRYNA RATU

NIM : 931300317

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntutan yang yang diberikan saat sidang *Munaqosah* yang dilakukan pada 24 Juni 2024 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

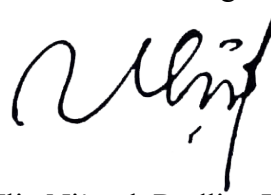
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE, MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd
NIP. 198204072023212026

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi,
Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)**

INDRY FEBRYNA RATU

931300317

Telah diajukan di depan sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri pada tanggal 24 Juni 2024

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Ashfa Fikriyah, M.El


NIP. 197504192000032002

()

2. Penguji I

Dr. Andriani, SE, MM

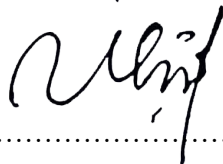
NIP. 197301132003122001

()

3. Penguji II

Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd

NIP. 198204072023212026

()

Kediri, 10 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri

Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.HI

NIP. 197501011998031002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indry Febryna Ratu

NIM : 931300317

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 28 Juni 2024

Yang membuat pernyataan

Indry Febryna Ratu
NIM. 931300317

HALAMAN MOTTO

Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit.

Maka cukup satu kalimat yang menjadi pedoman:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

(QS. Asy-Syarḥ [94]:5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan menyebut nama Allah SWT dan rasa Syukur yang tak terkira skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik, serta rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu pengerjaan skripsi ini hingga akhir, baik dalam materi, pikiran, tenaga, dukungan moril, doa. Saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Teruntuk kedua orang tua yang saya cintai, Bapak Husein Khairon Ratu dan Ibu Sri Wilistin yang telah bekerja keras dan membimbing saya serta memberikan yang terbaik. Terima kasih atas dukungan, kesabaran, kasih sayang dan selalu mendoakan dengan penuh keikhlasan terhadap setiap proses dari perjalananku untuk meraih impian.
2. Kakak saya, Nancy Wilda Febrina Ratu yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Alm. Bai Gabriel Ratu ,Nenek Helarjte Dortia Ratu Djara, Alm. Opa Ruben Manno, Oma Sriyati,Tante Dilla, Vina, Vale, Kakak Leady Ratu, Mama Nona Ratu, Tante Sarce Ratu, dan serta seluruh keluarga yang ada di NTT yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh keluarga saya yang ada di Surabaya dan Krian yang memberikan semangat dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat ku, Andriani, Nila ,Tanti, Alifa, Roifah, Irma.
6. Teman-teman kos yang ku sayangi yang selalu memberikan semangat dan dukungan Anggi, Suci, Putri, Ainun, Zahara.

7. Teman-teman ku Liffa, Shiva, Nurul, Haifa, Puspita yang bersedia memberikan semangat untuk berjuang bersama untuk menyelesaikan tugas akhir.
8. Tidak lupa juga untuk 7 orang ini yaitu BTS yang 9 tahun terakhir selalu memotivasi untuk maju serta tidak perlu takut dan minder karena tidak punya mimpi, at least we do our the best in every path we have chosen. I Purple You.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang terlibat dan membantu semua proses dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir, kuucapkan terima kasih kepada diriku sendiri yang sudah mau berjuang hingga akhir bahwa usaha tidak akan mengkhianiti hasil asalkan mau berusaha, berikhtiar, berdoa dan selalu berharap hanya kepada Allah yakin bahwa pertolongan Allah akan datang.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri)”**. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhaamad SAW yang telah menuntun umatnya kejalan yang dipenuhi kebaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan yang tulus dari semua pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. Ahmad Syakur, Lc., MEI selaku Wali Dosen.
4. Ibu Dr. Andriani, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, semangat dan arahan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Ibu Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, semangat dan arahan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.

6. Bapak Gatot Siswanto selaku owner dan Bapak Heru Indra selaku manajer Pusat Oleh Oleh Gudange Tahu Takwa yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang selalu memberikan cinta kasih sayang dan dukungan kepadaku, yang selalu mendoakan dan senantiasa mempercayai serta menjadi penyemangat untuk menyelesaikan studi.
8. Sahabat-sahabatku terima kasih atas bantuan dan dukungan serta doa yang telah dipanjatkan untuk penulis.
9. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017 dan lainnya fakultas IAIN Kediri, terimakasih untuk segala bentuk dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Dan untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih selalu memberikan bantuan dukungan, semangat dalam segala bentuk hal, terima kasih telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Kediri, 24 April 2024

Indry Febryna Ratu

ABSTRAK

INDRY FEBRYNA RATU, 2024, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri). Skripsi, Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dosen Pembimbing Dr. Andriani, SE, MM. dan Ulin Ni'mah Rodliya U, M.Pd

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan.

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran yang dijalankan GTT yaitu dengan membangun jaringan pemasaran, serta menciptakan jaringan pasar yang luas dan kemampuan mengenalkan produk. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menelaah pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri dengan rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gudange Takwa Desa Toyoresi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri? (2) Bagaimana strategi pemasaran Pusat Oleh-Oleh Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri dalam meningkatkan penjualan?.

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam memperoleh data, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara secara terstruktur, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan langkah-langkah: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sumber data dalam penelitian ini yaitu manajer GTT dan konsumen. Untuk memeriksa keabsahan data yang sudah dianalisis peneliti menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan pengamatan dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa dengan menerapkan strategi meningkatkan mutu kualitas produk dan meningkatkan pelayanan. Sedangkan strategi GTT dalam meningkatkan penjualan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang meliputi *segmentation, targeting, dan positioning*. Menerapkan strategi 4P (*product, price, place, dan promotion*). Segi produk, yang dijual memiliki kualitas yang bagus, dari segi harga, yang dijual terjangkau, sesuai dengan harga pasaran. Dari segi tempat, Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dan segi promosi, yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan promosi secara offline dan melalui media sosial. Selain itu, GTT juga menerapkan strategi pemasaran secara syariah atau islami. Hal ini bisa dilihat dari data penjualan yang mengalami peningkatan setiap tahunnya.

DAFTAR ISI

INDRY FEBRYNA RATU	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Pengertian Pemasaran.....	13
3. Strategi Pemasaran.....	15
B. Bauran Pemasaran	18
1. Produk (<i>Product</i>)	18
2. Harga (<i>Price</i>)	22
3. Saluran Distribusi (<i>Place</i>).....	24
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	25

C. Penjualan	26
1. Pengertian Penjualan	26
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	28
3. Beberapa Usaha untuk Meningkatkan Volume Penjualan	29
4. Penjualan Menurut Pandangan Islam	29
5. Prinsip-prinsip Bisnis Syariah	30
6. Tujuan Penjualan	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti	34
C. Lokasi Penelitian	34
D. Sumber Data	34
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35
1. Observasi (Pengamatan)	35
2. Wawancara	35
3. Dokumentasi	36
F. Analisis Data	37
1. <i>Editing</i> (Mengedit Data)	37
2. <i>Organizing</i> (mengatur dan menyusun data)	37
3. <i>Analyzing</i> (menganalisis)	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	38
1. Perpanjangan Pengamatan	38
2. Meningkatkan Ketekunan	38
3. Triangulasi Sumber	38
H. Tahap-Tahap Penelitian	39
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	40
A. Gambaran Umum Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kediri	40
1. Sejarah Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kediri	40
2. Logo Pusat Oleh-Oleh Tahu Takwa Kabupaten Kediri	41
3. Visi Misi	42

4. Letak Geografis	42
5. Struktur Organisasi	43
6. Produk yang dijual	47
B. Paparan Data.....	49
1. Strategi pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa	50
2. Strategi pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa dalam meningkatkan penjualan	51
C. Temuan Penelitian	62
BAB V PEMBAHASAN.....	64
A. Strategi Pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa di Desa Toyoresmi, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri	64
1. Menciptakan Mutu Kualitas Produk	64
2. Pelayanan (<i>services</i>)	65
B. Strategi pemasaran Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Dalam Meningkatkan Penjualan	67
1. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> , dan Bauran Pemasaran	67
2. Pemasaran Syariah.....	70
3. Peningkatan Volume Penjualan	72
BAB VI PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa	41
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa.....	43
Gambar 4.3 Tahu Takwa, SP (Spesial) mini, Stick Tahu, Kriuk Tahu olahan GTT	47
Gambar 4.4 Gethuk Pisang olahan GTT	48
Gambar 4.5 Produk UKM yang di jual di GTT.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Pusat Oleh-Oleh Khas Kediri (UMKM Kabupaten Kediri)	4
Tabel 1.2 Data Omset Penjualan Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri Tahun 2021-2023	6
Tabel 1.3 Data Reseller dan Kemitraan di Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu takwa Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri Tahun 2023	7
Tabel 4.1 Klasifikasi dan Jumlah Karyawan Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri	46
Tabel 4.2 Data Kenaikan Penjualan Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri 2021-2023	61
Tabel 5.1 Data Kenaikan Penjualan Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa Kabupaten Kediri 2021-2023	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	81
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	82
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	83
Lampiran 4 Pedoman Wawancara	84
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian	86
Lampiran 7 Foto Dokumentasi	87
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	90