

**PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
(STUDI PADA ARDYAN BATIK DI DESA MARON)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

Nirvani Ardi

20403039

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

TAHUN 2024

**PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
(STUDI PADA ARDYAN BATIK DI DESA MARON)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh

Nirvani Ardi

20403039

**PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
(STUDI PADA ARDYAN BATIK DI DESA MARON)**

Ditulis Oleh:

Nirvani Ardi

20403039

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Yuliani, SE, MM
NIP. 19840710 201903 2 009

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M.
NIP. 19850512 202012 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 1 Juli 2024

Nomor :-
Lampiran 4
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl Sunan Ampel 07- Ngronggo-Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Nirvani Ardi
NIM : 20403039
Judul : **PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH*
(WOM) DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK (STUDI PADA ARDYAN BATIK
DI DESA MARON).**

Setelah diperbaiki materi dan susunanya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian
akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas
naskah skripsinya, dengan harapan dapat secara diujikan dalam Sidang
Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaanya kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamuallaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Yuliani, SE, MM

NIP. 19840710 201903 2 009

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M.

NIP. 19850512 202012 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 1 Juli 2024

Nomor :
Lampiran 4
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl Sunan Ampel 07- Ngronggo-Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Nirvani Ardi

NIM : 20403039

Judul : **PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH*
(WOM) DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PRODUK (STUDI PADA ARDYAN BATIK
DI DESA MARON).**

Setelah diperbaiki materi dan susunanya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian
akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan berkas
naskah skripsinya, dengan harapan dapat secara diujikan dalam Sidang
Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaanya kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamuallaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Yuliani, SE, MM

NIP. 19840710 201903 2 009

Pembimbing II



Irfan Harmoko, M.M.

NIP. 19850512 202012 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN STRATEGI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* (WOM) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK (STUDI PADA ARDYAN BATIK DI DESA MARON).

NIRVANIARDI

20403039


Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Pada Tanggal 27 Juni 2024

Tim Penguji, Penguji Utama

Mundhori, M.EI
NIP. 19870222 201903 1 004

(..........)

1. Penguji I
Dr. Yuliani, S.E, M.M
NIP. 19840710 201903 2 009

(..........)

2. Penguji II
Irfan Harmoko, M.M
NIP. 19850512 202012 1 007

(..........)

Kediri, 27 Juni 2024



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI.

NIP:19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

Dari Abi Sa'id, dari Nabi Muhammad SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada,” (HR Tirmidzi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan saya sayangi Bapak Purwanto Hadi dan Ibu Endang Ismiarsih. Untuk kedua orang tuaku terimakasih atas pengorbanan yang tidak ada henti-hentinya dan do'a restunya sehingga anakmu bisa menyelesaikan pendidikan sampai perguruan tinggi. Teruntuk orang tuaku, semoga diberi umur yang panjang hingga menjadi saksi atas kesuksesanku nantinya, Amiiin.
2. Teman seperjuangan Prodi Manajemen Bisnis Syari'ah IAIN Kediri yang selalu memberikan semangat serta mendengarkan keluh kesah dalam menyelesaikan studi pendidikan ini.
3. Owner Ardyan Batik Bapak Ugik Suprayogi S.Pd beserta Istri yang selalu mendukung, memudahkan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
4. Suami saya Deny Dwi Prasetyo yang selalu menghibur, memberikan motivasi serta tempat saya berkeluh kesah disaat mulai jenuh dalam menyelesaikan skripsi.
5. Sahabat saya Daffa Hani Destian yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dalam menyelesaikan skripsi.

6. Kakak Saya Melati Puspa Hadi, Thohari (suaminya) serta Abiyan Salman Nafi' ponakan tersayang yang selalu menghibur, memberikan semangat dan motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi.

ABSTRAK

NIRVANI ARDI, Dosen pembimbing Dr. Yuliani, SE. MM. dan Irfan Harmoko, MM. Peran Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Pada Ardyan Batik). Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024.

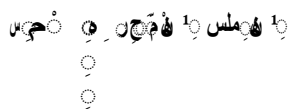
Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Word Of Mouth*, Penjualan.

Strategi pemasaran merupakan prioritas utama yang harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan terpadu dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran diterapkan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumen kepada pemangku kepentingan Batik Ardyan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan proses analisis berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menganalisis strategi *Word Of Mouth* (WOM) yang diterapkan serta menganalisis peran strategi pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) terhadap volume penjualan produk di Ardyan Batik., sebuah usaha batik di Kediri.

Penelitian ini membahas strategi pemasaran *word of mouth* (WOM) yang diterapkan oleh Ardyan Batik untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Ardyan Batik telah berhasil menerapkan strategi WOM dari mulut ke mulut. Ardyan Batik menggunakan WOM sebagai strategi utamanya untuk menjangkau target pasar tertentu, membangun hubungan pelanggan jangka panjang, menghemat anggaran iklan, dan mewujudkan kemungkinan kolaborasi antar pelanggan. Strategi ini telah dipertahankan dari waktu ke waktu dan merupakan strategi yang paling efektif bagi perusahaan. Dengan penerapan WOM, konsumen menjadi kunci untuk yang merekomendasikan produk Batik Ardyan kepada orang lain tanpa langsung direkomendasikan oleh perusahaan. Hal ini berdampak positif terhadap penjualan, memberikan efek stabil, dan semakin meningkatkan penjualan. Strategi WOM juga berfungsi untuk memperluas jangkauan konsumen dan mempererat hubungan antar pelanggan, sehingga menciptakan jaringan yang saling menguntungkan bagi Ardyan Batik.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Peran Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Pada Ardyan Batik) dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis baik berupa arahan, dorongan maupun material. Oleh karena itu, penulis sampaikan ungkapan rasa terimakasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
3. Ibu Dr. Yuliani, SE, MM., selaku Dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini
4. Bapak Irfan Harmoko, M.M. selaku Dosen pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta seluruh civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
6. Bapak Ugik Suprayogi, S.Pd selaku Owner Ardyan Batik.
7. Semua pihak yang ikut serta dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kemanfaatan dan menambah khazanah keilmuan bagi pembaca.

Kediri, 1 Juli 2024

NIRVANIARDI
NIM. 20403039

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kegunaan Penelitian.....	16
E. Penelitian Terdahulu.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Strategi Pemasaran	23
1. Definisi Strategi	23
2. Definisi Pemasaran	23
3. Strategi Pemasaran.....	25
4. Bauran Pemasaran.....	27
5. Bauran Promosi	34
B. <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	37
1. Definisi <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	37
2. Elemen-Elemen <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	40
C. Volume Penjualan	41
1. Penjualan.....	41

2. Volume Penjualan	42
3. Cara Mengukur Volume Penjualan	42
D. Pemasaran Dalam Konteks Islam.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Kehadiran Peneliti	53
C. Lokasi Penelitian	54
D. Sumber Data.....	55
E. Prosedur Pengumpulan Data	56
F. Analisis Data	59
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	60
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	62
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	64
A. Profil Toko Ardyan Batik.....	64
B. Paparan Data.....	66
C. Temuan Penelitian	87
BAB V PEMBAHASAN.....	89
A. Strategi pemasaran <i>Word Of Mouth</i> (WOM) oleh Ardyan Batik	89
B. Bagaimana dalam meningkatkan strategi pemasaran <i>Word Of Mouth</i> (WOM) terhadap volume penjualan produk Ardyan Batik.	95
BAB VI PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Sebagian dari Pengrajin Batik di Kediri.....	4
Tabel 2. 1 Data Penjualan 3 Tahun Terakhir Ardyan Batik	7
Tabel 3. 1 Data Peningkatan Volume Penjualan	7-11
Tabel 4. 1 Laporan Penjualan per Tahun Ardyan Batik dari Tahun 2021-2023.	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pedoman Wawancara Owner	107
Lampiran 1. 2 Pedoman Wawancara ke Konsumen	107
Lampiran 1. 3 Pedoman Wawancara ke Karyawan	108
Lampiran 2. 1 Foto Surat Penelitian.....	109
Lampiran 2. 2 Dokumentasi Wawancara	110