

**PERAN STRATEGI MARKETING MIX PADA SAMUDRA
SUPERMARKET DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN**

SKRIPSI

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



Oleh:

Dwi Mega Agustina

9313.069.17

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

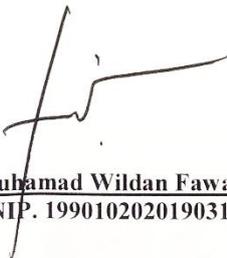
PERAN STRATEGI MARKETING MIX PADA SAMUDRA
SUPERMARKET DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

Oleh:

Dwi Mega Agustina
NIM. 9313.069.17

Telah disetujui:

Pembimbing I



Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI
NIP. 199010202019031006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

NOTA DINAS

Kediri, 23 Mei 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Jl. Sunan Ampel No. 7, Ngronggo, Kota Kediri.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi, bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : DWI MEGA AGUSTINA
NIM : 931306917
Judul : PERAN STRATEGI MARKETING MIX PADA SAMUDRA SUPERMARKET DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

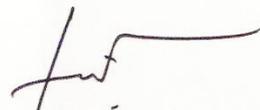
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

Dengan demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI
NIP. 199010202019031006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 05 Juli 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat berkas)
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
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:

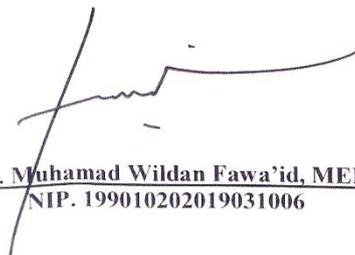
Nama : DWI MEGA AGUSTINA
NIM : 931306917
Judul : PERAN STRATEGI MARKETING MIX PADA SAMUDRA SUPERMARKET DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2024 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

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

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI
NIP. 199010202019031006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, MEI
NIP. 198310302023211007

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN STRATEGI MARKETING MIX PADA SAMUDRA
SUPERMARKET DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

Dwi Mega Agustina
NIM. 9313.069.17

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 27 Juni 2024

Tim Penguji,

Kediri, 27 Juni 2024

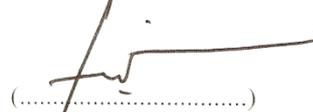
1. Penguji Utama

Dr. Yuliani, S.E, M.M.
NIP. 198407102019032009


.....

2. Penguji I

Dr. Muhamad Wildan Fawai'id, M.El.
NIP. 199010202019031006


.....

3. Penguji II

Moch. Zainuddin, MEL.
NIP. 198310302023211007

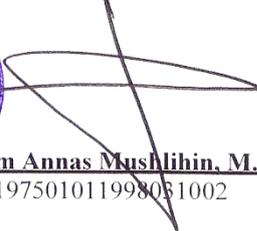

.....

Kediri, 11 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI.
NIP. 197501011998031002



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka
mengubah keadaan mereka sendiri”*

(QS. Ar-Ra’d: 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta taufiq dan hidayah-Nya, sehingga karya yang sederhana ini saya persembahkan sebagai tanda hormat dan terima kasih saya kepada:

1. Cinta pertama dan pintu surgaku, Bapak Kaselo dan Ibu Tri Purwiyani yang tidak henti-hentinya memberikan do'a kepada penulis, beliau telah berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, memberikan kasih sayang kepada penulis, memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis, sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
2. Dosen pembimbing skripsi (Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI dan Moch. Zainuddin, MEI) terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya disela kesibukan beliau dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama pengerjaan skripsi ini.
3. Serta kepada orang-orang baik yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih banyak atas do'a, dukungan, motivasi, dan semangatnya, serta menemani dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Teman-teman prodi Ekonomi Syari'ah Angkatan 2017 yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Dwi Mega Agustina.

ABSTRAK

DWI MEGA AGUSTINA, 2024. Peran Strategi *Marketing Mix* Pada Samudra Supermarket Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. Dosen Pembimbing I, Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI., Dosen Pembimbing II, Moch. Zainuddin, MEI. Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Kata Kunci : *Marketing Mix* dan Omset Penjualan

Aktivitas *marketing mix* memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep pemasaran yang baik dapat menyebabkan keberhasilan bisnis yang dilakukan perusahaan, yaitu hasil produksi dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga hasil penjualan produk perusahaan dapat meningkat. Salah satu indikator berhasil tidaknya suatu aktifitas pemasaran dari suatu produk dapat dilihat dari besar kecilnya volume penjualan yang dicapai perusahaan yang bersangkutan dalam suatu periode berikutnya. Umumnya bila volume penjualan yang diperoleh rendah maka keuntungannya akan rendah pula. Strategi Pemasaran dengan memperhatikan produk yang dihasilkan berkualitas akan mempengaruhi tingkat penjualan. Harga yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau atau sesuai kebutuhan yang diharapkan oleh konsumen sehingga akan meningkatkan penjualan. Promosi yang dilakukan secara rutin baik melalui media masa dan media elektronik (koran dan internet) akan mempengaruhi minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan bernarasumber empat narasumber di Samudra Supermarket. Metode pengolahan data dengan cara mereduksi data, kemudian disajikan, dan disimpulkan. Pengecekan keabsahan data ini menggunakan ketekunan pengamatan dengan mengadakan observasi secara terus menerus terhadap objek penelitian.

Hasil penelitian ini yang pertama, penerapan strategi pemasaran 4P yang paling utama dan paling unggul yang diterapkan di samudra supermarket yaitu produk atau kualitas, harga produk, dan promosi, yang digunakan untuk peningkatan omset penjualan produk selama ini. Pada analisa ini terdapat beberapa analisa yang pertama untuk produk atau kualitas produk di samudra supermarket menerapkan kualitas yang baik, menerapkan dan tidak hanya menjual produk yang ternama saja akan tetapi juga menjual produk-produk UMKM. Kedua, Pada tahun 2023 ini merupakan hasil yang maksimal yang dicapai oleh samudra supermarket dalam hal penjualannya karena pada tahun tersebut persentase penjualannya sebesar 32,7% lebih besar.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah bersyukur atas nikmat yang Allah SWT berikan atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada semua sehingga penulisan skripsi berjudul “Peran Strategi *Marketing Mix* Pada Samudra Supermarket Dalam Meningkatkan Omset Penjualan”. diselesaikan dengan efektif dan efisien dalam pola pikir kritis transformatif. Shalawat beriringan salam kita hanturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam sebagai cahaya di kegelapan kebodohan. Semoga kita tergolong orang – orang yang beriman dan mendapatkan syafaat beliau di hari akhir kelak Amin.

Upaya yang menjadikan daya berupa bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I, M.Hum selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri.
4. Bapak Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, MEI selaku dosen pembimbing I dan Bapak Moch. Zainuddin, MEI selaku dosen pembimbing II, yang bersedia membimbing, meluangkan waktu, dan pikirannya, serta sabar dalam mendampingi penulis dalam Menyusun skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta para staff akademik dan karyawan IAIN Kediri,

yang telah memberi bekal pengetahuan yang luas selama penulis menimba ilmu di kampus IAIN Kediri.

6. Serta, kepada orang-orang baik yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih banyak atas do'a, dukungan, motivasi, dan semangatnya, serta menemani dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman prodi Ekonomi Syari'ah Angkatan 2017 yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharap kritik dan saran dari seluruh pihak agar saya selaku penulis terus berbenah diri dan skripsi ini jauh lebih baik lagi. Semoga kritikan dan saran pembaca nantinya menjadi kunci kesuksesan dan segala ilmu serta dedikasi yang telah saya peroleh selama kuliah di IAIN Kediri, dapat saya implementasikan dan bermanfaat bagi bangsa dan negara, khususnya untuk saya pribadi dan orang – orang sekitar saya.

Kediri, 03 Juni 2024

Penulis

Dwi Mega Agustina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Telaah Pustaka	11

BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
A. Strategi Pemasaran.....	17
B. Supermarket	21
C. <i>Marketing Mix</i> Dalam Ekonomi Islam	24
D. Omset Penjualan	26
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	34
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Sumber Data.....	35
E. Proses Pengumpulan Data.....	36
F. Analisis Data	38
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Langkah - langkah Penelitian.....	40
BAB IV	42
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
1. Sejarah Samudra Supermarket	42
2. Visi Dan Misi Samudra Supermarket.....	42

3. Nilai – Nilai Perusahaan Samudra Supermarket	43
4. Produk Yang Dijual Samudra Supermarket	43
5. Fasilitas Samudra Supermarket	46
6. Struktur Organisasi Samudra Supermarket	47
B. Paparan Data	48
C. Temuan Penelitian	56
BAB V	58
PEMBAHASAN	58
A. Peran Strategi Marketing Mix Samudra Supermarket Dalam Meningkatkan Omset Penjualan.....	58
BAB VI	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN – LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Samudra Supermarket Periode 2020 - 2023	5
Tabel 1. 2 Perbedaan Antara Samudra Supermarket Dan Golden Swalayan	6
Tabel 4. 1 Omset Penjualan Samudra Tahun 2023	48
Tabel 5. 1 Daftar Penjualan Samudra Supermarket Kediri Tahun 2020 - 2023 ...	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	48
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PEDOMAN WAWANCARA	72
Lampiran 2 DOKUMENTASI.....	74
Lampiran 3 SURAT MOHON IZIN PENELITIAN	76
Lampiran 4 SURAT KETERANGAN PENELITIAN	77
Lampiran 5 DAFTAR KONSULTASI PEMBIMBING I.....	78
Lampiran 6 DAFTAR KONSULTASI PEMBIMBING II.....	79
Lampiran 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	80