

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
VOLUME PENJUALAN DI UD.WARDANA  
KOTA MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**NUR LAILATUL FITRIYAH**

**931316415**

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

**2020**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Hai orang-orang yang beriman, bertakwallah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Hasyr : 18)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

1. Skripsi ini adalah bagian ibadah saya kepada Allah SWT, karena hanya kepadaNya menyembah dan kepadaNya memohon pertolongan. Ya Allah terimakasih telah mempermudah urusan hamba selama ini.
2. Sholawat serta salam terhaturkan kepada junjungan kita habibina Nabi Muhammad SAW, tauladan bagi seluruh umat muslim di dunia.
3. Dengan bangga kupersembahkan kepada orang tua tercinta, Bapak Sudarman dan Ibu Nur Khasanah. Terima kasih telah sabar menunggu dari judul sampai skripsi saya selesai, mendo'akan saya setiap hari, dan dukungan serta motivasi saat saya sedang mengalami kesulitan. Terimakasih telah melahirkan dan merawat saya.

## KATA PENGANTAR

Segalapuji syukur kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD. Wardana Kota Mojokerto.”

Sholawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada junjungan besar Rasulullah Muhammad SAW, yang telah mengantarkan kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni agama Islam dan syafaatnya yang selalu kita harapkan dihari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis sampaikan terimakasih yang tulus kepada semua pihak antara lain:

1. Bapak Dr.Nur Chamid, MM., selaku rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri beserta Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan Bapak Dr. Zayad Abd. Rahman, M. HI., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman Jurusan Ekonomi Syari’ah IAIN Kediri angkatan 2015 yang telah membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman PPZ BAZNAS Provinsi Jawa Timur Surabaya, teman-teman KKN Dusun Parangagung Kecamatan Puncu, dan kelompok PPS BRI Syariah KCP Majapahit Mojokerto, serta teman-teman UKM Kerohanian Angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pemilik UD. Wardana Kota Mojokerto dan seluruh karyawan yang selalu memberikan masukan, mengarahkan serta mempermudah dalam melaksanakan penelitian di UD. Wardana Kota Mojokerto.
7. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

Walaupun penulis telah berupaya dengan segala kemampuan yang ada. Namun, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kediri, 13 Februari 2020

Penulis

## ABSTRAK

NUR LAILATUL FITRIYAH, Dosen Pembimbing I Dr. Andriani, SE., M.M dan Dosen Pembimbing II Dr. Zayad Abd. Rahman, M.H.I., : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD. Wardana Kota Mojokerto

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan.

Strategi merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan atau organisasi. Strategi adalah jawaban atas bagaimana untuk mencapai visi dan misi usaha. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di UD. Wardana Kota Mojokerto secara keseluruhan dan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di UD. Wardana Kota Mojokerto.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Metode kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, serta menjelaskan kualitas dari pengaruh sosial yang tidak dapat digambarkan oleh pendekatan kuantitatif. Tujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi menyeluruh UD. Wardana Kota Mojokerto dalam menjalankan visi misinya adalah strategi meningkatkan mutu kualitas produk, strategi meningkatkan pelayanan pada konsumen, dan strategi mempertahankan eksistensi perusahaan. Sedangkan strategi UD. Wardana Kota Mojokerto dalam meningkatkan volume penjualan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang meliputi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Menerapkan strategi 4P yaitu produk (*price*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Selain itu, UD. Wardana juga menerapkan strategi pemasaran secara syariah atau islami. Serangkaian strategi pemasaran tersebut terbukti mampu meningkatkan volume penjualan di UD. Wardana Kota Mojokerto di tahun 2016-2018. Beserta peningkatan volume penjualan ekspor di tahun 2016-2018.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	13
B. Pengertian Strategi .....	14
C. Strategi Pemasaran .....	15
D. Bauran Pemasaran .....	19

E. Pemasaran Syariah .....	28
1. Pengertian Pemasaran Syariah.....	28
2. Prinsip-prinsip Bisnis Syariah .....	30
F. Volume Penjualan .....	32
1. Pengertian Volume Penjualan.....	32
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Sumber Data .....	38
D. Proses Pengumpulan Data.....	39
E. Analisis Data.....	41
F. Pengecekan Keabsahan Data .....	44
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	46
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
1. Sejarah dan Profil UD. Wardana Kota Mojokerto.....	47
2. Struktur Organisasi UD. Wardana Kota Mojokerto .....	49
B. Paparan Data.....	53
1. Strategi Pemasaran UD. Wardana Kota Mojokerto.....	53
2. Strategi Pemasaran UD. Wardana dalam Meningkatkan Volume Penjualan .....	56
3. Pemasaran Syariah .....	63
4. Peningkatan Volume Penjualan .....	66
C. Temuan Penelitian .....	70
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Strategi Pemasaran UD. Wardana Kota Mojokerto .....	72
B. Strategi Pemasaran UD. Wardana dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	77



<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>104</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Pengusaha Sepatu Mojokerto .....	6
Tabel 1.2 Data Penjualan 2016-2017.....	8
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	50
Tabel 4.2 Klasifikasi dan Jumlah Karyawan.....	52
Tabel 4.3 Data Penjualan 2016-2018.....	69
Tabel 4.4 Data Penjualan Ekspor 2016-2018.....	70
Tabel 5.1 Peningkatan Volume Penjualan 2016-2018 .....	86
Tabel 5.2 Peningkatan Volume Penjualan Ekspor 2016-2018.....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi

Lampiran 3. Surat Penelitian dari IAIN Kediri

Lampiran 4. Surat Balasan dari UD. Wardana Kota Mojokerto

Lampiran 5. Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup