

**STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING*
(Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo
Kota Kediri)**

SKRIPSI



OLEH :
Isrofinda Oktafiana
NIM. 931325618

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING***

**(Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo
Kota Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana

**Oleh
Isrofinda Oktafiana
931325618**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING*
(Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo
Kota Kediri)**

Disusun Oleh:
ISROFINDA OKTAFIANA
931325618

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Ashfa Fikriyah, M. EI
NIP. 197504192000032002

Pembimbing II



Choiril Anam, M.EI
NIP. 198403292023211012

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING*
(Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo
Kota Kediri)**

ISROFINDA OKTAFIANA

931325618

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 8 Januari 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, M. EI.
NIP. 199010202019031006

(.....)

2. Penguji I

Dr. Ashfa Fikriyah, M. EI.
NIP. 197504192000032002

(.....)

3. Penguji II

Choiril Anam, M. EI.
NIP. 198403292023211012

(.....)

Kediri, 10 Januari 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Anam Annas Mushlih, M. HI.
NIP. 19750101199031002

NOTA DINAS

Kediri, 17 Desember 2024

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

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : ISROFINDA OKTAFIANA
NIM : 931325618
Judul : STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH
MARKETING (Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di
Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya 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.

Demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I



Dr. Ashfa Fikriyah, M. EI
NIP. 197504192000032002

Pembimbing II



Choiril Anam, M. EI
NIP. 198403292023211012

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 10 Januari 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : ISROFINDA OKTAFIANA
NIM : 931325618
Judul : STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN DITINJAU DARI SYARIAH
MARKETING (Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di
Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam siding munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 8 Januari 2025, kami berpendapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Rektor kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I



Dr. Ashfa Fikriyah, M. EI
NIP. 197504192000032002

Pembimbing II



Choiril Anam, M. EI
NIP. 198403292023211012

MOTTO

لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih.”

~ Q.S. Ibrahim [14]: 7 ~

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur kehadiran Allah SWT. yang mana telah terselesaikan penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini saya selaku penulis ingin menyampaikan terimakasih serta persembahan skripsi penulis kepada orang-rang yang sudah membantu kelancaran selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.

1. Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Puji Siswanto dan Ibu Saropah yang selalu mendidik, memberikan yang terbaik baik dalam bentuk materiil maupun non materiil, dan dukungan yang luar biasa, serta do'a yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan saya.
2. Kepada kakak saya tercinta, Yona Dara Pertiwi, serta seluruh keluarga yang selalu memberi semangat dan dukungan.
3. Teruntuk teman-teman yang sudah memberikan saran, masukan serta do'a sebagai dukungan yang tiada henti.

ABSTRAK

ISROFINDA OKTAFIANA, Dosen Pembimbing Dr. ASHFA FIKRIYAH, M. EI dan CHOIRIL ANAM, M. EI, Strategi Produk dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Syariah *Marketing* (Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri), Program Studi Ekonomi Syaria'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Syariah *Marketing*

Bauran pemasaran merupakan salah satu perangkat pemasaran yang digunakan pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan. Faktor pendukung lain untuk meningkatkan penjualan adalah kemampuan penjual, kondisi pasar, serta modal usaha. Bagi pelaku bisnis muslim, pelaksanaan bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan dijadikan sebagai sarana beribadah kepada Allah Swt. Tujuan penelitian ini guna memahami strategi bauran pemasaran yang digunakan *home industry* Citra Mandiri terhadap peningkatan penjualan ditinjau dari syariah *marketing*.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi sumber kepada narasumber yang bersangkutan serta bukti fisik lainnya. Data pendukung penelitian diperoleh dari berbagai sumber seperti data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap orang atau hal yang terlibat dalam penelitian ini. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan berbagai literatur yang menunjang penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah *home industry* Citra Mandiri menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu *product* yang memiliki kualitas baik dari segi rasa maupun visualnya. Selanjutnya untuk *price* yang ditetapkan berdasarkan *cost-plus pricing*. Kemudian pada proses *place* (distribusi) dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Dari segi *promotion* dilakukan melalui media digital dan secara tradisional. Selain bauran pemasaran, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan seperti, kemampuan penjual yang dapat memenuhi permintaan konsumen, penjagaan kualitas produk agar tidak rusak, pandai membidik target pasar serta memiliki perputaran modal yang baik.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW., yang telah membawa peradaban yang terang benderang dari zaman yang gelap gulita. Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai Strategi Produk dan Harga terhadap Peningkatan Penjualan (Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri).

Kemudian atas terselenggaranya proses penelitian sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis telah melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri,
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, yang telah memberikan keleluasaann kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini,
3. Ibu Nuril Hidayati, S. Hum, M. Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri,
4. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc. M. EI., selaku Dosen Wali penulis pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, yang telah memfasilitasi peneliti selama menimba ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri,
5. Ibu Dr. Ashfa Fikriyah, M. EI. dan Bapak Choiril Anam, M. EI., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan memberikan motivasi kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan,

6. Bapak/Ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, yang telah mencurahkan segala ilmunya,
7. Ibu Yayuk Dwiningsih selaku pemilik *home industry* Citra Mandiri yang telah banyak sekali membantu peneliti dalam memperoleh segala data yang dibutuhkan, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan,
8. Kedua orang tuaku yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan secara material ataupun non material sehingga penulis dapat menyelesaikan pembelajaran di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri hingga akhir,
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna mengingat kemampuan dan pengetahuan penulis yang masih sangat terbatas. Oleh karena itu penulis berharap masukan berupa saran dan kritik bagi semua pihak yang membaca untuk membangun perbaikan skripsi selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca. Amin.

Kediri, 10 Januari 2025
Penulis

Isrofinda Oktafiana

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isrofinda Oktafiana
NIM : 931325618
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul “Strategi Produk dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Syariah *Marketing* (Studi pada *Home Industry* Citra Mandiri di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri)” adalah benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik Sebagian atau seluruhnya.

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

Kediri, 10 Januari 2025
Yang membuat pernyataan

ISROFINDA OKTAFIANA
NIM. 931325618

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Telaah Pustaka.....	17

BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Pengertian dan Peranan Strategi Pemasaran	21
1. Strategi Bauran Pemasaran	24
2. Strategi Produk.....	27
3. Strategi dalam Menetapkan Harga	33
4. Tempat (<i>Place</i>) atau Distribusi.....	36
5. Bentuk dan Tujuan Strategi Promosi	41
6. Konsep Umum dan Tujuan Pemasaran Syariah	43
7. Strategi Bauran Pemasaran dalam Tinjauan Syariah	46
a. <i>Product</i> (Produk).....	47
b. <i>Price</i> (Harga).....	50
c. <i>Place</i> (Tempat).....	52
d. <i>Promotion</i> (Promosi).....	53
8. Etika seorang Pemasar Berdasarkan Pemasaran Syariah.....	54
B. Tinjauan Umum Penjualan.....	56
1. Definisi dan Esensi Penjualan.....	56
2. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	57
3. Penjualan dalam Islam	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Kehadiran Penelitian	63
C. Lokasi Peneliti.....	63

D. Sumber Data.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data	64
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	67
G. Teknik Analisis Data	67
H. Tahap-tahap Penelitian	68
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	70
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	70
1. Profil dan Sejarah <i>Home Industry</i> Citra Mandiri	70
2. Struktur Organisasi.....	71
3. Hari dan Jam Kerja Karyawan	72
4. Upah Karyawan.....	73
B. PAPARAN DATA	74
1. Data Terkait Bauran Pemasaran <i>Home Industry</i> Citra Mandiri	74
2. Penjualan di <i>Home Industry</i> Citra Mandiri	87
C. TEMUAN PENELITIAN	91
BAB V PEMBAHASAN	92
A. Strategi Bauran Pemasaran pada <i>Home Industry</i> Citra Mandiri terhadap Peningkatan Penjualan	92
B. Strategi Bauran Pemasaran pada <i>Home Industry</i> Citra Mandiri terhadap Peningkatan Penjualan Ditinjau dari Syariah <i>Marketing</i>	104
BAB VI PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110

B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Home Industry</i> Keripik di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Strategi Bauran Pemasaran 4P <i>Home Industry</i> Keripik Citra Mandiri, <i>Home Industry</i> Keripik Berkah Jaya, dan <i>Home Industry</i> Keripik Lancar.	7
Tabel 1.3 Penjualan dan Laba <i>Home Industry</i> Citra Mandiri Tahun 2019-2024..	11
Tabel 1.4 Penjualan dan Laba <i>Home Industry</i> Berkah Jaya Tahun 2019-2024...	11
Tabel 1.5. Penjualan dan Laba <i>Home Industry</i> Lancar Tahun 2019-2024	12
Tabel 4.1 Nama Karyawan Citra Mandiri dan Status Pekerjaan.....	72
Tabel 4.2 Upah Karyawan Per Hari Berdasarkan Pekerjaan yang Dilakukan	73

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1.1 Data Penjualan <i>Home Industry</i> Citra Mandiri dari Semua Produk yang Terjual Bulan Januari-Desember pada Tahun 2019-2023	12
Grafik 1.1.2. Data Penjualan Lancar dari Semua Produk yang Terjual Bulan Januari-Desember pada Tahun 2019-2023	13
Grafik 1.1.3. Data Penjualan <i>Home Industry</i> Berkah Jaya dari Semua Produk yang Terjual Bulan Januari-Desember pada Tahun 2019-2023	14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Promosi <i>Online</i> di Media Sosial <i>Facebook</i>	101
Gambar 5.2 Promosi <i>Online</i> di Media Sosial <i>Tiktok</i>	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara.

Lampiran 2: Surat Pengantar Observasi.

Lampiran 3: Surat Balasan atas Izin Penelitian

Lampiran 4: Dokumentasi Foto

Lampiran 5: Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup

