

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EVENT MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA AOLA PANTURA CAFÉ
PACIRAN LAMONGAN**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

Dica Citra Tamara Abela

NIM: 21401009

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

2025

HALAMAN JUDUL

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EVENT MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA AOLA PANTURA
CAFÉ PACIRAN LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi

Oleh

Dica Citra Tamara Abela

NIM. 21401009

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

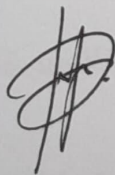
IMPLEMENTASI STRATEGI *EVENT MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN DI AOLA PANTURA CAFÉ PACIRAN LAMONGAN

DICA CITRA TAMARA ABELA

NIM. 21401009

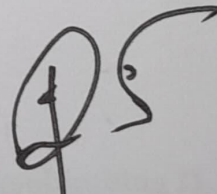
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E, M.M
NIP. 197712252009012006

Pembimbing II



Dr. Arif Zunaidi, M.E.I
NIP. 198204072023211019

NOTA DINAS

Lampiran :
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No 07, Ngronggo, Kota Kediri
Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Dica Citra Tamara Abela
Nim : 21401009
Judul : Implementasi Strategi *Event Marketing* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam siding munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas perhatian bapak/ibu kami ucapkan terimakasih.

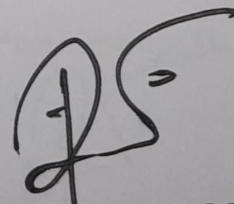
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006

Pembimbing II



Dr. Arif Zunaidi, M.E.I
NIP. 198204072023211019

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat berkas)
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kediri, 5 Mei 2025

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

Assalamualaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Dica Citra Tamara Abela

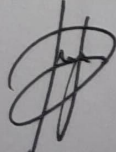
Nim : 21401009

Judul Skripsi : Implementasi Strategi *Event Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Aola Pantura Café

Setelah diperbaiki materi serta susunanya sesuai dengan bebera petunjuk dan tutunan yang diberikan dalam siding Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal () kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya. Demikian agar maklum adanya. Bersama ini kami lampiran berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

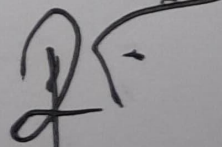
Wassalamialaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006

Pembimbing II



Dr. Arif Zunaidi, M.E.I
NIP. 198204072023211019

HALAMAN PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI *EVENT MARKETING* DALAM
MENINGKATKAN OMZET PEJUALAN PADA AOLA PANTURA CAFÉ
PACIRAN LAMONGAN**

DICA CITRA TAMARA ABELA

21401009

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 16 Juni 2025

1. Penguji Utama

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE,MM
NIP. 197405282003122001

(.....)

2. Penguji I

Dr. Sri Anugrah Natalina, SE,MM
NIP. 197712252009012006

(.....)

3. Penguji II

Dr. Arif Zunaidi, M.E.I
NIP. 198204072023211019

(.....)

Kediri, 16 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Muslinin, MHI
NIP. 197501011998031002



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN**

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dica Citra Tamara Abela

NIM : 21401009

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

E-mail address : dicaabella07@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : ☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi
☐ Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Implementasi Strategi Event Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 28 Juli 2025
Penulis

(.....)
DICA CITRA TAMARA ABELA

MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”

(QS. An-Nisa' : 29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdullilahirobbil 'aalamin, terimakasih yaAllah atas rahmat yang telah engkau limpahkan, Beriring doa lantunan sholawat Nabi Muhamad yang selalu terucap dalam setiap iringan doa disetiap perjalanan ini untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai titik ini yang akhirnya skripsi ini bisa selesai waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan Bahagia peneliti ucapkan terimakasih untuk:

1. Cinta pertama, bpk Sutaspan, Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis menyelesaikan skripsi
2. Pintu surgaku, ibu mariyatik, seseorang yang bisa saya sebut ibu, alhamdullilah kini penulis sudah ditahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana sebagai perwujudan terakhir. Terimakasih sudah melahirkan, merawat, dan membesarkanku. Terimakasih telah menjadi panutan terbaik anakmu
3. Cinta kasih kakak saya, Via himatul lail,terimakasih sudah memberikan semangat, dukungan dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E,M.M sebagai pembimbing 1 dan bapak Dr Arif Zunaidi, M.EI selaku dosen pembimbing 2. Terimakasih atas bimbinganya, kritik, dan saran dan selalu meluangkan waktu disela kesibukan. Menjadi salah satu anak bimbinganmu merupakan nikmat yang sampai saat ini selalu peneliti syukurkan.
5. Kepada Wahyu Witanti, Alfina Salma, Siti Fatimatus Zahro, Erindya Suksma Illafi yang menjadi sahabat dan saudara diperantauan ini terimakasih telah memberi motivasi, support, doa dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

ABSTRAK

DICA CITRA TAMARA ABELA, 2025, Dosen Pembimbing Sri Anugrah Natalina, SE, MM. dan Arif Zunaidi, SH., MEI : Implementasi Strategi *Event Marketing* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kata Kunci: Strategi, *Event Marketing*, Omzet Penjualan.

Strategi *event marketing* merupakan pendekatan promosi interaktif yang bertujuan membangun pengalaman langsung dan emosional antara konsumen dan merek melalui penyelenggaraan berbagai acara. Dalam konteks persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, Aola Pantura Café Paciran Lamongan menerapkan strategi *event marketing* untuk menarik pelanggan serta meningkatkan loyalitas dan omzet. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi strategi *event marketing* yang dilakukan oleh Aola Pantura Café serta menganalisis peran strateginya dalam meningkatkan omzet penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi pihak manajemen café, staf pelaksana *event*, dan pelanggan. teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aola Pantura Café menerapkan strategi *event marketing* melalui tiga dimensi utama: *Enterprise* (penyewaan tempat untuk pernikahan, rapat, dan gathering yang menambah sumber pemasukan), *Entertainment* (hiburan *live* musik mingguan, festival tahunan, dan lomba tematik yang menciptakan suasana menarik), serta *Excitement* (*event* yang menimbulkan antusiasme seperti Aola Idol dan bazar kuliner musiman). Strategi ini terbukti meningkatkan omzet secara signifikan dari Rp 1.532.964.500 pada tahun 2021 menjadi Rp 1.896.787.000 pada tahun 2024. Kenaikan omzet ini juga mencerminkan terpenuhinya tiga indikator omzet penjualan, yaitu: menunjang pertumbuhan usaha dari segi jumlah pengunjung dan pendapatan, menghasilkan laba bersih yang terus meningkat dari tahun ke tahun, serta mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh manajemen café. Dengan demikian, Implementasi strategi *event marketing* di Aola Pantura Café dapat dinyatakan berhasil dalam meningkatkan omzet penjualan secara berkelanjutan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah yang telah memberikan Kesehatan secara fisik dan pikiran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan seberkas cahaya terang. Semoga syafa'atnya kelak menaungi kita dihari perhitungan kelak. Pada kesempatan ini, skripsi penulis membahas tentang Implementasi Strategi *Event Marketing* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih tersebut penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih tersebut penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam M.Ag, selalu Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.H.I selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I,M.Hum. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E,M.M dan Bapak Dr. Arif Zunaidi, M.E.I, selaku dosen pembimbing yang memberikan dukungan serta nasihat dengan sabar dalam membantu proses dalam menyelesaikan skripsi.
5. Semua Bapak/Ibu Dosen IAIN Kediri, khususnya program studi Ekonomi Syariah yang telah sabar dalam menyampaikan materi dan ilmunya.
6. Seluruh staff IAIN Kediri atas kebijakan dan dorongannya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi.
7. Segenap karyawan Aola Pantura Café Paciran Lamongan yang sudah membantu wawancara peneliti dan diizinkan untuk melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti serta orang terdekat dan sekitar peneliti yang membantu mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021 dan teman-teman seerjuangan yang mendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi siapa saja yang akan membacanya Aminnn

Kediri, 5 Mei 2025

Peneliti

Dica Citra Tamara Abela

21401009

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
E. Penelitian Terdahulu	16
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. <i>Event Marketing</i>	22
1. Pengertian <i>Event Marketing</i>	22
2. Tujuan <i>Event Marketing</i>	24
3. Jenis-jenis <i>Event Marketing</i>	24
4. Promosi <i>Event Marketing</i>	26
5. Implementasi dan Pelaksanaan <i>Event</i>	27
6. Evaluasi dan Analisis Keberhasilan <i>Event</i>	28
B. Omzet Penjualan	28
1. Pengertian Omzet Penjualan	28
2. Faktor yang mempengaruhi Omzet Penjualan	30
3. Pentingnya Omzet Penjualan dalam Bisnis.....	31
4. Omzet Penjualan dalam Islam.....	31

5. Strategi meningkatkan omzet penjualan secara islam.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Kehadiran Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian	36
D. Data dan Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Instrumen Pengumpulan Data	39
G. Teknik Analisis Data	40
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	41
I. Tahap–tahap Penelitian	42
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	44
a. Gambaran Umum Aola Pantura Café Paciran Lamongan.....	44
1. Sejarah Aola Pantura Café Paciran Lamongan	44
2. Letak dan Lokasi Aola Pantura Café Paciran Lamongan	46
3. Visi, Misi Aola Pantura Café Paciran Lamongan	46
4. Stuktur Organisasi Aola Pantura Café Paciran Lamongan	47
5. Jabatan dan Job Describtion (Tugas dan Kewajiban Pekerjaan).....	48
B. Paparan Data	52
1. Implementasi Strategi <i>Event Marketing</i> pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan.....	52
2. Peran Implementasi Strategi <i>Event Marketing</i> dalam meningkatkan Omzet Penjualan pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan	63
C. Temuan Penelitian.....	79
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Implementasi Strategi <i>Event Marketing</i> pada Aola Pntura Café Paciran Lamongan.....	82
B. Peran Implementasi Strategi <i>Event Marketing</i> dalam meningkatkan Omzet Penjualan pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan	89
BAB VI PENUTUP	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data café yang berada disekitar Aola Pantura Cafe.....	4
Tabel 1. 2 Data jenis <i>event marketing</i> pada aola pantura café paciran lamongan ...	6
Tabel 1. 3 Dimensi dan penerapan event marketing Aola Pantura Cafe	9
Tabel 1. 4 pembagian <i>job description</i> tenaga kerja di Aola Pantura Café saat <i>event</i> dan tanpa <i>event</i>	10
Tabel 1. 5 Data perbandingan omzet penjualan (Rp) Aola Pantura Café pada tahun 2021-2024	13
Tabel 1. 6 Data perbandingan pertumbuhan omzet Aola Pantura Café dari tahun 2021-2024	144
Tabel 4. 1 Ringkasan lima <i>event</i> perwakilan Aola Pantura Café beserta omzet, biaya dan ROI	72
Tabel 5. 1 Hasil Dimensi Strategi Event Marketing pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan	87
Tabel 5. 2 Data Jenis hambatan penerapan <i>event marketing</i>	88
Tabel 5. 3 Data Target dan Realisasi Penjualan (Rp) pada Aola Pantura Café Paciran Lamongan	90
Tabel 5. 4 Data Pertumbuhan Laba (Rp) di Aola Pantura Café pada Tahun 2022-2024	93
Tabel 5. 5 Data Hasil Strategi Event Markeing pada Aola Pantura Café Tahun 2022-2024.....	95
Tabel 5. 6 Karakteristik Event di Aola Pantura Café berdasarkan Target audiens, media promosi, frekuensi dan durasi	966

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Aola Pantura Café Paciran Lamongan.....	45
Gambar 1. 2 Bagan Struktur Organisasi Aola Pantura Café Paciran Lamongan...	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Instrumen Wawancara	107
Lampiran 2 : Surat Observasi dan Penelitian	109
Lampiran 3 : Surat Balasan Penelitian	111
Lampiran 4 :Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing	112
Lampiran 5 :Dokumentasi Wawancara	113