

**PERAN STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN TEH POCI**

(Pada Teh Poci Om Nanang di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri)

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

Hevia Wahyu Khotimah

20403066

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

**PERAN STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN TEH POCI
(PADA TEH POCI OM NANANG DI KECAMATAN NGANCAR
KABUPATEN KEDIRI)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh

HEVIA WAHYU KHOTIMAH

20403066

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
(STUDI PADA TEH POCI OM NANANG DI DESA NGANCAR
KECAMATAN NGANCAR KABUPATEN KEDIRI)**

Oleh :

20403066

HEVIA WAHYU KHOTIMAH

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Ashfa Fikriyah, M.EI

NIP.197504192000032002

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, SE, M.EI

NIP.198410042023212028

NOTA DINAS

Kediri, 19 Juni 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Jl. Sunan Ampel No.07-Ngronggo

Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : HEVIA WAHYU KHOTIMAH

NIM : 20403066

Judul : **PERAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN**

DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN

(STUDI PADA TEH POCI OM NANANG DI DESA

NGANCAR KECAMATAN NGANCAR KABUPATEN

KEDIRI)

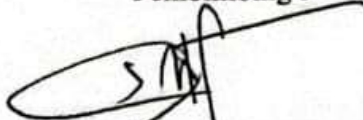
Setelah diperbaiki materi dan susunannya kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaan kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Dr. Ashfa Fikriyah, M.El
NIP . 197504192000032002

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, SE, M.El
NIP.198410042023212028

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 15 Juli 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Jl. Sunan Ampel No.07-Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : HEVIA WAHYU KHOTIMAH

NIM : 20403066

Judul : PERAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN

**DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
(STUDI PADA TEH POCI OM NANANG DI DESA
NGANCAR KECAMATAN NGANCAR KABUPATEN
KEDIRI)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya,sesuai dengan
petunjuk dan tuntutan yang diberikan dalam sidang Munaqosah
yang dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2024 kami menyetujui hasil
perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan kami ucapkan
terima kasih.

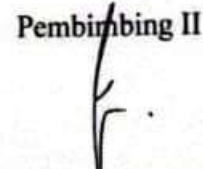
Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Dr. Ashfa Filrriyah, M.EI
NIP. 197504192000032002

Pembimbing II



Dr. Binti Mutafarida, SE, M.EI
NIP. 198410042023212028

HALAM PENGESAHAN

**PERAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
(STUDI PADA TEH POCI OM NANANG DI DESA NGANCAR
KECAMATAN NGANCAR KABUPATEN KEDIRI)**

HEVIA WAHYU KHOTIMAH

20403066

Telah diujikan di depan Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 1 Juli 2024

Tim Penguji ,

1. Penguji Utama

Dr.H. Imam Annas Mushlihin,M.HI

NIP. 197501011998031002



(.....)

2. Penguji I

Dr. Ashfa Fikrivah,M.EI

NIP . 197504192000032002



(.....)

3. Penguji II

Dr. Binti Mutafarida, SE,M.EI

NIP. 198410042023212028



(.....)

Kediri, 15 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Dr.H. Imam Annas Mushlihin,M.HI

NIP.197501011998031002

MOTTO

“Masa depan kita gemilang, *The future is yours do your best*, berbuat yang baik jangan sakiti orang”

(Prabowo Subianto)

“Waktu yang kita kejar, beda dengan waktu yang sudah di tentukan oleh ALLAH SWT”

(Hevia Wahyu Khotimah)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hevia Wahyu Khotimah
NIM : 20403066
Tempat/Tanggal Lahir : Kediri, 23 September 2001
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Desa Ngancar, Kec.Ngancar, Kab. Kediri
E-mail : heviawahyu8@gmail.com

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kediri, 1 Juli 2024

Saya yang menyatakan



HEVIA WAHYU KHOTIMAH
NIM. 20403066

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil aalamin , dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan Karunian-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan. Dan dengan rasa bangga serta syukur , karya tulis ini saya persembahkan untuk :

1. Kepada diri saya sendiri, hevia yang telah berusaha dan tetap kuat menjalani fase penulisan skripsi ini yang selalu berusaha dan yakin bahwa semua adalah takdir dan waktu yang telah di atur oleh Allah SWT.
2. Kepada pemilik seluruh alam ini, beserta isinya, Allah SWT yang selalu memiliki takdir terindah untuk semua makhluk nya dan yang selalu membukakan pintu maaf disaat hambanya berbuat kesalahan dan kekhilafan.
3. Kepada Bapak Wahyu, selaku bapak kandung saya yang selalu mengupayakan yang terbsik untuk putri kecil nya ini dan juga selalu mendoakan saya di setiap sepertiga malam untuk kesuksesan putri kecilnya .
4. Kepada Ibu Tutik, Ibu kandung saya yang selalu mendokan saya dengan tetesan air mata nya, dengan tak henti-hentinya meminta agar putri nya ini menjadi manusia baik dan selalu di lindungi oleh Allah SWT.
5. Dosen Pembimbing saya, yakni Ibu Dr. Ashfa Fikriyah, M.El dan Ibu Dr. Binti Mutafarida, SE.M.El yang dengan sabar dan Ikhlas dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
6. Kepada teman saya Annisa Aulia yang bersedia membantu saya dan berbagi pengalaman dan informasi selama mengerjakan skripsi ini.

7. Kepada teman saya Muhammad Faisal Hadi yang selalu mau mendengarkan keluh kesah saya, sebelum dan saat pengerjaan skripsi ini dan selalu memberikan semangat untuk terus berusaha dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat -sahabat saya yang sekarang berada di Pondok Tsuroyya Al-Falah Ploso Mojo, Fichris , Tsaltza, Tsaqila dan luluk yang selalu memberik dukungan dan doa kepada saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada pengasuh pondok pesantren saya, Simbah KH. Nurul Huda Dj. Selaku pengasuh pondok pesanren Al-Falah Ploso Mojo Kediri. Yang selalu saya harapkan doa dan pangestu beliau agar saya di akui dan mendapat rahmad beliau serta mendapatkan ilmu yang ilmiah amaliyah- amaliyah ilmiah aamiin.
10. Yang terakhir kepada Mas Fatkhurrozi, seseorang yang selalu memberikan dukungan agar saya selalu bersemangat dalam menempuh pendidikan ini dimanapun dia berada, dan juga selalu menjadi tempat saya berkeluh kesah di saat semua orang tidak peduli dengan saya bahkan di saat beliau sendiri menghadapi masalah. Walaupun sudah 6 bulan berlalu kita tidak bertemu, tapi saya tetap mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan doa yang beliau berikan kepada saya, dan saya mohon maaf apabila 5 tahun bersama saya, banyak sekali masalah yang saya timbulkan baik itu dari segi tingkah laku atau perkataan saya.

ABSTRAK

Khotimah, Hevia Wahyu. Dosen Pembimbing I Dr.Ashfa Fikriyyah,M.El dan Dosen Pembimbing II Dr. Binti Mutafarida , SE, M.El : Peran Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Teh Poci (pada Teh Poci Om Nanang di Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri). Skripsi, Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , IAIN KEDIRI 2024.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Pemasaran, Omzet Penjualan, Teh Poci.

Strategi manajemen pemasaran merupakan suatu konsep mengenai apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menciptakan strategi pembeda dengan produk lain. Strategi manajemen pemasaran yang menggunakan bauran pemasaran 4P mencakup strategi produk, stratei harga, strategi tempat, dan strategi promosi yang berjalan bersamaan dan setiap bagianya tidak bisa berjalan sendiri tanpa ada bagian lain yang mendukung nya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan di Teh Poci Om Nanang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Untuk metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dan teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan Kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Teh Poci Om Nanang sudah menerapkan strategi manajemen pemasaran yang tepat dengan selalu melakukan inovasi rasa, kemasan dan mempertahankan kualitas produknya, harga yang di tetapkan sesuai dengan standart pabrik dan cukup terjangkau untuk semua kalangan, selalu memperluas pemasaran dengan mengikuti *event- event* seperti bazar, ulang tahun , dan lainnya, dan juga rajin melakukan promosi-promosi baik *online* maupun *offline*. 2) Peran strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan Teh Poci Om Nanang yaitu dengan melakukan penerapan dan pengembangan strategi manajemen pemasaran menggunakan 4P yang sudah ada, sepuaya lebih optimal dalam meningkatkan omzet penjualan produk, hal tersebut dibuktikan dengan data yang menunjukan bahwa pada tahun 2020 rata-rata omzet penjualan per tahun sebesar Rp. 200.793.000 dan pada tahun 2021 rata-rata omzet penjualan mengalami kenaikan menjadi Rp.415.205.000. Dengan adanya pengembangan strategi manajemen pemasaran yang dilakukan rata-rata pendapatan omzet penjualan menaik dibuktikan dengan tahun 2021 hingga 2023 yang mengalami kenaikan cukup tinggi rata-rata omzet penjualan yang di dapat sebesar Rp.518.638.000.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Peran Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Teh Poci Om Nanang (Pada Teh Poci Om Nanang Di Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri)**”. Sholawat serta salam semoga senantiasa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa risalah ke-Islaman, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada ;

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag., selaku rektor IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini,
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslih, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Ibu Nilna Fauza M.HI selaku Kaprodi Manajemen Bisnis Syariah dan juga Bapak Moch. Zainuddin, M.EI selaku Sekprodi Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Ashfa Fikriyah, M.EI selaku dosen pembimbing I yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Dr. Binti Mutafarida, SE.M.EI selaku dosen pembimbing II yang telah memberi dukungan, motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Ibu/ Bapak.....selaku dosen penguji utama pada saat ujian munaqosah.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Bapak Nanang Erbianto selaku pemilik Teh Poci Om Nanang yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini.
9. Sahabat, Teman dan semua pihak yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 07 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMANPERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
HALAMANPERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BABI.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka.....	9
BAB II.....	14
LANDASANTEORI.....	14
A. Konsep Umum Manajemen Strategi Pemasaran.....	14
1. Pengertian dan Urgensi Manajemen Pemasaran.....	14
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17
3. Pemasaran dan Karakteristiknya dalam Tinjauan Islam.....	31
B. Omzet Penjualan.....	48
1. Pengertian dan Esensi Omzet Penjualan.....	48
2. Faktor yang mempengaruhi Omzet Penjualan.....	49
3. Penjualan Ditinjau dari <i>Marketing Syariah</i>	53
BAB III.....	56
METODOLOGI PENELITIAN.....	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Kehadiran Peneliti.....	57
C. Lokasi Penelitian.....	58
D. Sumber Data.....	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60

F. Teknik Analisis Data.....	63
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	64
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	65
BAB IV.....	67
PAPARANDATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	67
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
1. Sejarah Singkat Berdiri Teh Poci Om Nanang.....	67
2. Letak Geografis Teh Poci Om	
Nanang.....	68
3. Visi dan Misi Teh Poci Om Nanang.....	69
4. Struktur Organisasi.....	70
5. Jam Kerja Teh Poci Om Nanang.....	72
6. Proses Pembuatan Teh Poci Om Nanang.....	73
B. Paparan Data.....	74
1. Data Pemasaran Teh Poci Om Nanang.....	74
2. Data Kenaikan Omzet Penjualan Teh Poci Om Nanang.....	85
C. Temuan Penelitian.....	88
BAB V.....	90
PEMBAHASAN.....	90
A. Strategi Manajemen Pemasaran Teh Poci Om Nanang.....	90
B. Peran Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet	
Penjualan Teh Poci Om Nanang.....	94
BAB VI.....	102
PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar4.1 Bahan Seduh Teh Poci.....	75
Gambar4.2 Menu Varian Rasa Teh Poci Om Nanang.....	76
Gambar4.3 Produk Teh Poci.....	77
Gambar4.4 Pamflet Promosi Online.....	83
Gambar4.5 Pamflet Promosi Offline.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-Rata Jumlah Yang Terjual Dalam Sehari.....	3
Tabel 1.2 Daftar Menu dan Harga Teh Poci Om Nanang.....	5
Tabel 1.3 Pendapatan Teh Poci Om Nanang Pada Tahun 2020 sampai 2023....	6
Tabel 3.1 Data Subjek Penelitian Teh Poci Om Nanang.....	60
Tabel 4.1 Daftar Harga Teh Poci Om Nanang.....	79
Tabel 4.2 Data Penjualan Teh Poci Om Nanang Secara Offline Dan Online tahun 2020 sampai 2023.....	86
Tabel 4.3 Rata-Rata Data Omzet Penjualan Teh Poci Om Nanang Tahun 2020 sampai 2023.....	87
Tabel 5.1 Data Peningkatan Omzet Penjualan Teh Poci Om Nanang Tahun 2020 sampai 2023.....	97