

**IMPLEMENTASI STRATEGI KEMITRAAN  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
(Studi Pada Marisa *Wedding Gift* Kabupaten Kediri)**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH WASIL  
KEDIRI**

**Oleh :**

**MUHSIN FATHAR ROHMAN**

**21403174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

**2025**

**IMPLEMENTASI STRATEGI KEMITRAAN  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
(Studi Pada Marisa *Wedding Gift* Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program Sarjana

Ditulis Oleh :

**Muhsin Fathar Rohman**

**21403174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI  
2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Muhsin Fathar Rohman ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Kediri, 04 Agustus 2025  
Pembimbing I



Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI  
NIP : 198109302009012008

Kediri, 06 Agustus 2025  
Pembimbing II



Ghulam Falach, L.c., M.Ag  
NIP : 198905042020121014

## NOTA DINAS

Kediri, 11 Agustus 2025

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

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Di Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri  
Assalamualaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Muhsin Fathar Rohman

NIM : 21403174

Judul : IMPLEMENTASI STRATEGI KEMITRAAN DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi Pada Marisa  
Wedding Gift 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 terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar dimaklumi atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI  
NIP : 198109302009012008

Pembimbing II



Ghulam Falach, L.c., M.Ag  
NIP : 198905042020121014

## NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi  
Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kota Kediri

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama : Muhsin Fathar Rohman

NIM : 21403174

Judul : IMPLEMENTASI STRATEGI KEMITRAAN DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* (Studi Pada Marisa  
*Wedding Gift* Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 16 September 2025 kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian harap maklum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI  
NIP : 198109302009012008

Pembimbing II



Ghulam Falach, L.c., M.Ag  
NIP : 198905042020121014

**HALAMAN PENGESAHAN**

**IMPLEMENTASI STRATEGI KEMITRAAN  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
(Studi Pada *Marisa Wedding Gift* Kabupaten Kediri)**

**MUHSIN FATHAR ROHMAN**

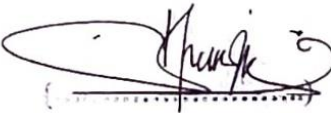
**NIM. 21403174**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 16 September 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

**Dr. Nuril Hidayati, M.Hum**  
**NIP : 198001312603122003**



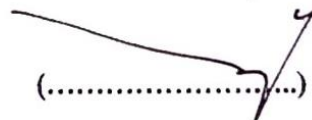
2. Penguji I

**Sri Harianti, M.M**  
**NIP : 198510032019032006**



3. Penguji II

**Ghulam Falach, L.c., M.Ag**  
**NIP : 198905042020121014**



Kediri, 23 September 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri



**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI**  
**NIP : 197501011998031002**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ  
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ  
شَنَاةُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى  
وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah,<sup>1</sup> dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram,<sup>2</sup> jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban)<sup>3</sup> dan qalāid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda),<sup>4</sup> dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya.<sup>5</sup> Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka kamu boleh berburu. Jangan sampai kebencian (mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya.”*

(Q.S Al-Maidah (5) : 2)

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhsin Fathar Rohman

NIM : 21403174

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwasannya skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan plagiasi sebagian maupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Skripsi ini terdapat hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi konsekuensi dari perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 11 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Muhsin Fathar Rohman

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji Syukur bagi Allah SWT atas limpahan Rahmat, Taufiq dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan rasa bangga, sebuah karya yang akan abadi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibundaku tercinta, Ibu Siti Sholihah yang selalu mendukung disetiap langkah yang dipilih penulis, yang selalu melantunkan doa-doanya yang tulus, sehingga si penulis kemana kaki melangkah selalu berteduh dibawah doanya. Hingga dititik ini penulis dapat menyelesaikan studi dan tugas akhir dengan baik.
2. Seorang raja tanpa mahkota, Ayahanda Sunardi. Beliau seorang pekerja keras demi kelancaran studi penulis, yang selalu memberikan dukungan dan arahan kepada penulis agar tidak salah dalam melangkah kaki ini sehingga dapat menyelesaikan studi dan tugas akhir dengan baik.
3. Ahmad Farid Al Faruqi, adikku, terima kasih yang sebesar-besarnya atas setiap uluran tangan, pengertian, dan dukungan tak terhingga yang tak pernah luntur. Terkhusus, di tengah keruwetan dan kelelahan, sebatang "penyemangat" yang selalu kau sediakan di kala asa mulai meredup, selalu berhasil mengembalikan fokus dan energiku. Engkaulah adik yang selalu menjadi pilar kekuatanku.
4. Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak Ghulam Falach, L.c., M.Ag selaku dosen pembimbing selama proses penyelesaian tugas akhir. Terimakasih atas semua bimbingan, arahan, saran dan selalu meluangkan waktu untuk selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Seluruh teman-teman PK IPNU IPPNU UIN SYEKH WASIL KEDIRI, khususnya untuk teman-teman pengurus PEKA dan *Partner* WAKA Dakwah

saya. Dengan hati penuh sukacita, kita telah menorehkan tinta keberhasilan, menyelesaikan Kepengurusan dan Studi akhir ini dengan gemilang dan tepat waktu. Terima kasih atas peluh tanpa keluh setiap perjuangan, setiap tapak tilas perjalanan, dan setiap kisah indah yang telah kita rajut bersama. Kenangan ini laksana lukisan senja yang menghiasi cakrawala hati penulis, akan abadi dan takkan pernah pudar ditelan waktu.

6. Teman-teman Korlap Rejomulyo, para Mahasiswa Tuek yang penuh kearifan, Tim PKT, dan TALIKAMA. Kalian adalah samudra pemahaman bagi penulis dalam mengarungi samudra studi ini. Masih terasa kehangatan setiap cangkir kopi Mbah Radi, yang menjadi saksi bisu setiap diskusi kita, mengalirkan inspirasi di antara gelak tawa yang renyah. Layang-layang impian kita membumbung tinggi di angkasa, menari seiring semangat yang tak pernah padam, suaranya lantang menggapai cakrawala harapan. Terimakasih telah mencoretkan warna-warni yang tidak terduga dalam hari-hari penulis, sebuah lukisan indah yang tidak pernah terbayangkan dari awal sampai akhir perjalanan studi ini.
7. Kupersembahkan bagian ini untuk saya sendiri, Muhsin Fathar Rohman. Apresiasi tak terhingga bagi raga dan jiwa yang telah bertanggung jawab, melangkah dengan pasti, menuntaskan Strata-1 dan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Ia bukan hanya sebuah kewajiban, melainkan manifestasi impian yang telah lama didamba kedua orang tua. Terima kasih, atas untaian usaha dan bara semangat yang tak lekang oleh waktu, menghangatkan di setiap proses. Ini adalah puncak kebanggaan, dari dedikasi diri.

## **ABSTRAK**

MUHSIN FATHAR ROHMAN, Dosen Pembimbing Dr. Hj. SULISTYOWATI, SHI, MEI. dan GHULAM FALACH, L.c., M. Ag.  
Implementasi Strategi Kemitraan Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

(Studi Pada Marissa Wedding Gift Kabupaten Kediri), skripsi, program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2025

**Kata Kunci:** Kemitraan, *Brand Awareness*, *Marisa Wedding Gift*, *Wedding Organizer*, Pemasaran Digital

Penelitian ini di latar belakang untuk mengetahui tentang bagaimana sistem kemitraan ini dapat meningkatkan *brand awareness* *marisa wedding gift*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Untuk mendeskripsikan strategi kemitraan *Marisa Wedding Gift*. 2) Untuk mendeskripsikan strategi kemitraan *Marisa Wedding Gift* dalam meningkatkan *brand awareness*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji secara mendalam bagaimana kemitraan yang dijalin oleh *Marisa Wedding Gift* berkontribusi pada peningkatan pengenalan mereknya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dimana peneliti akan terjun ke lapangan guna memperoleh data penelitian. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti ialah pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui pemilik dan karyawan *Marisa Wedding Gift*. Adapun data pendukung berupa jurnal, artikel dan buku yang sesuai dengan judul penelitian. Data yang diperoleh tersebut akan divalidasi menggunakan teknik triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan dua kesimpulan utama : 1. proses kemitraan yang terjalin antara *Marisa Wedding Gift* dengan *wedding organizer* terbukti sangat efektif. *Marisa Wedding Gift* senantiasa mengedepankan prinsip saling menguntungkan, menjaga komunikasi yang baik untuk meminimalkan miskomunikasi, serta menyediakan sampel produk. 2. peningkatan *brand awareness* melalui strategi kemitraan ini tercapai secara optimal. Secara digital, aktivitas di media sosial berhasil memperluas jangkauan merek di kalangan konsumen daring hingga keduanya meningkat 60-70%.

## **ABSTRACT**

*MUHSIN FATHAR ROHMAN, Supervisor Dr. Hj. SULISTYOWATI, SHI, MEI. and GHULAM FALACH, L.c., M.Ag. Implementation of Partnership Strategy in Increasing Brand Awareness (A Study on Marissa Wedding Gift, Kediri Regency), Thesis, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Syekh Wasil State Islamic University, Kediri, 2025*

**Keywords:** *Partnership, Brand Awareness, Marisa Wedding Gift, Wedding Organizer, Digital Marketing*

*This research was motivated by the need to determine how this partnership system can increase brand awareness for Marisa Wedding Gift. The objectives of this study were: 1) To describe Marisa Wedding Gift's partnership strategy. 2) To describe Marisa Wedding Gift's partnership strategy in increasing brand awareness.*

*This research is a descriptive qualitative study. This study examines in depth how partnerships established by Marisa Wedding Gift contribute to increasing brand awareness. This research is a field research where the researcher will go into the field to obtain research data. The approach used by the researcher is a qualitative descriptive approach. The main data source in this study was obtained from the owner and employees of Marisa Wedding Gift. The supporting data are in the form of journals, articles and books that are in accordance with the research title. The data obtained will be validated using source triangulation techniques.*

*The results of the study show two main conclusions: 1. The partnership process established between Marisa Wedding Gift and wedding organizers has proven to be very effective. Marisa Wedding Gift always prioritizes the principle of mutual benefit, maintains good communication to minimize miscommunication, and provides product samples. 2. Increased brand awareness through this partnership strategy is achieved optimally. Digitally, activities on social media have succeeded in expanding the brand's reach among online consumers, increasing both by 60-70%.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke hadirat Allah SWT atas semua limpahan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik, semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis baik untuk diri penulis maupun untuk lingkungan penulis.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk ke jalan yang lurus yang diridhai Allah SWT.

Penulis menyampaikan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslihin, MHI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI dan Bapak Ghulam Falach, L.c., M.Ag selaku dosen pembimbing yang selalu memberi arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Seluruh dosen dan staff Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) atas bimbingan, didikan dan semua pelayanannya.

5. Bapak Yusuf selaku pemilik usaha Marisa *Wedding Gift* yang telah emberikan izin, fasilitas dan informasi yang membantu penulis menyelesaikan tugas akhir dengan lancer.
6. Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2021. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan semoga Allah sennantiasa memberikan pahala berlipat ganda atas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis dan semoga karya ilmiah yang penulis tulis dengan penuh perjuangan mampu memberikan manfaat bagi siapapun yang membutuhkannya.

Peneliti meyakini bahwa tugas akhir yang penulis tulis masih sangat banyak kekurangan. Oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan untuk perbaikan tugas akhir ini.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
A. Implementasi .....	15
1. Pengertian Implementasi.....	15
B. Kemitraan.....	16
1. Pengertian Kemitraan .....	16
2. Tujuan Kemitraan .....	17
3. Pola Kemitraan.....	18
C. Strategi Kemitraan .....	21
1. Pengertian Strategi Kemitraan .....	21

2. Indikator Keberhasilan Strategi Kemitraan.....	23
<i>D. Brand Awareness</i> .....	24
1. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	24
2. Dimensi <i>Brand awareness</i> .....	26
3. Indikator Brand Awareness.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
B. Kehadiran Peneliti.....	30
C. Lokasi Penelitian.....	30
D. Data dan Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
H. Tahapan Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	37
B. Analisa Data .....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
A. Strategi Kemitraan Pada Marisa <i>Wedding Gift</i> .....	57
B. Dampak Kemitraan Terhadap Peningkatan <i>Brand awareness</i> .....	60
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pengusaha Di bidang Wedding Gift Di Kabupaten Kediri .....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Pengusaha Souvenir Di Wilayah Terdekat .....	4
Tabel 1. 3 Daftar Mitra Marisa Wedding Gift .....	7
Tabel 1. 4 Peningkatan Brand awareness Marisa Wedding Gift tahun 2019-2025.	7
Tabel 4. 1 Daftar Jumlah Tenaga Kerja Marisa Wedding Gift .....	41
Tabel 4. 2 Jam Kerja Karyawan Marisa Wedding Gift .....	42
Tabel 5. 1 Peningkatan Brand Awareness Marisa Wedding Gift.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramid Brand Awareness .....	27
Gambar 4. 1 Produk Marisa Wedding Gift .....	38
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Marisa Wedding Gift.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Hasil Wawancara .....	72
Lampiran 1. 2 Surat Permohonan Observasi.....	74
Lampiran 1. 3 Surat Permohonan Penelitian.....	75
Lampiran 1. 4 Surat Balasan .....	76
Lampiran 1. 5 Bukti Wawancara.....	78