

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KUE TRADISIONAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PERSPEKTIF PEMASARAN
SYARIAH**

(Studi Pada Usaha Mikro Mbak Lilik Pasar Mojo Melati Kediri)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi
(SE)



Oleh:

M. REZA ADE RIZKU

934133119

2026

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KUE TERADISIONAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PERSPEKTIF PEMASARAN
SYARIAH**

(Studi Pada Usaha Mikro Mbak Lilik pasar Mojo Melati Kediri)

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:

M. REZA ADE RIZKU

934133119

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PEDAGANG KUE TRADISIONAL
DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRESFEKTIF
PEMASARAN SYARIAH**

(Studi pada UMKM Mbak lilik Pasar Mojo Melati Kediri)

Oleh:

M. REZA ADE RIZKU

934133119

Skripsi oleh M. Reza Ade Rizku ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Pembinbing I



Sri Hariyanti, S.H.I, M.M

NIP. 19851003 201903 2 006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin M, E.I

NIP. 19831030 202321 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 27 April 2026

Lampiran: 4 (empat) Berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

Di- Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : M. Reza Ade Rizku

NIM : 934233119

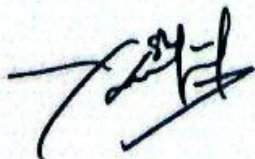
Judul : Strategi Pemasaran Pedagang Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Penjualan Perfektif Ekonomi Syariah

Setelah diperbaiki materi, dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Berserta ini lampiran satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diujikan dalam sidang Munaqasah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembinbing I



Sri Hariyanti, S.H.I, M.M

NIP. 19851003 201903 2 006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin M, E.I

NIP. 19831030 202321 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 27 April 2026

Lampiran: 4 (empat) Berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

Di- Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : M. Reza Ade Rizku

NIM : 934233119

Judul : Strategi Pemasaran Pedagang Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Penjualan Perfektif Ekonomi Syariah

Setelah diperbaiki materi, dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Berserta ini lampiran satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang ditentukan dapat diujikan dalam sidang Munaqasah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

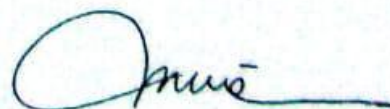
Pembimbing I



Sri Hariyanti, S.H.I, M.M

NIP. 19851003 201903 2 006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin M, E.I

NIP. 19831030 202321 1 007

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KUE TRADISIONAL DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI
SYARIAH
(Studi Pada Usaha Mikro Mbak Lilik Pasar Mojo Melati Kediri)

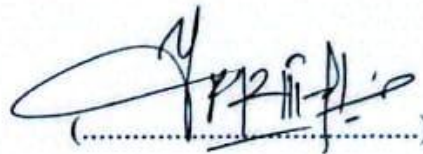
M. REZA ADE RIZKU
NIM. 934133119

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 12 Mei 2026.

Tim Penguji,

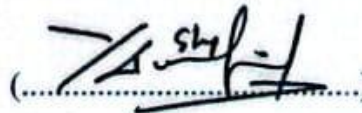
1. Penguji Utama

Choiru Umatin, M.Pd.
NIP. 198710122019032007



2. Penguji I

Sri Hariyanti, S.H.I, M.M.
NIP. 198510032019032006



3. Penguji II

Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP. 198310302023211007



Kediri, 26 Mei 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I.
NIP. 197501011998031002

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Reza Ade Rizku
Nim : 934133119
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya dan bukan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apa bila di kemudian hari ini terbukti dan dapat di buktikan bahwa hasil penulisan skripsi saya adalah dari plagiasi baik sebagian atau keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 30 April 2026

Yang Membuat Pernyataan



M. Reza Ade Rizku

HALAMAN MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

”Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”(Ash-Sharh).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang mana akhirnya skripsi dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini saya selaku penulis ingin menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya serta ingin mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang sudah sangat membantu kelancaran pada penelitian ini.

1. Dengan bangga saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Bapak Isnu Suroso dan Ibu Lilik Suhartini yang selalu mendidik, menyayangi, dan mensupport saya dalam segala apapun, serta untuk mewujudkan keinginan saya beliau tidak pernah berhenti untuk selalu mendoakan saya setiap saat. Tanpa orang tua, saya tidak mungkin dapat seperti ini.
2. Teruntuk Saudari saya tercinta Nedis Tia Aula Vio Linintang dan Ibra Abi Mesti, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi agar tidak gampang menyerah.
3. Teruntuk M. Bagas Paranwansah yang selalu menemani saya dan tidak berhenti memberi semangat, doa dan dukungan, serta motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teruntuk teman-teman seperjuangan terimakasih banyak atas saran-saran yang selalu diberikan dan tidak pernah berhenti mendoakan serta mensupport setiap saat.

ABSTRAK

M. REZA ADE RIZKU. Strategi Pemasaran Pedagang Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Pada Usaha Mikro Mbak Lilik Pasar Mojo Melati Kediri) Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil. Pembimbing I Sri Hariyanti S.H.I M.M, Pembimbing II Moch. Zainuddin M, E.I.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan penjualan, Pemasaran syariah

Strategi Pemasaran faktor penting untuk mempengaruhi tingkat keberhasilan penjualan dalam dunia usaha. Strategi pemasran mempermudah akses konsumen dan meningkatkan visibilitas toko, sementara keberagaman produk memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen sehingga mampu menarik minat beli yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan keragaman produk dalam meningkatkan volume penjualan di Toko Mbak Lilik Mojo Melati Kediri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi pada di Toko Mbak Lilik. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik toko dan karyawan toko, serta dari dokumentasi yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko Mbak Lilik sangat di kenal di kalangan masyarakat sekitar maupun luar desa akan keragaman aneka kue tradisional. Toko Mbak Lilik ini juga berperan sebagai pemasok untuk para pedagang kue tradisional, kebanyakan para penjual kue tradisional di pasar mengambil produk aneka ragam kue di toko Mbak Lilik.

Hasil penelitian yang di lakukan (1) sistem pemasaran yang di lakukan toko Mbak Lilik menggunakan sistem pemasaran secara Online dan Offline mencakup 4 aspek utama untuk menarik minat pelanggan di antaranya bentuk/pengemasan yang bersih dan informatif memperkuat citra profesional, aneka ragam jenis kue yang beragam membuat daya tarik tersendiri untuk konsumen sehingga dapat memilih produk sesuai apa yang di inginkan, kualitas rasa yang konsisten menimbulkan kepercayaan dan pelayanan yang ramah meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi ini sejalan dengan konsep pemasaran syariah menurut Hermawan Kartajaya yang meliputi 3 level:

rasional, emosional, dan spiritual. Pada aspek rasional, pemilik usaha menerapkan riset pasar yang sederhana dan inovasi produk, pada aspek emosional membangun kedekatan pada pelanggan, dan pada aspek spiritual menjaga kehalalan dan kejujuran, serta keberkahan dalam berusaha. (2) dengan penerapan strategi pemasaran tersebut volume penjualan toko Mbak Lilik mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Dengan hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara strategi pemasaran modern seperti pemasaran secara Online dan *word of mout* dengan penerapan nilai-nilai syariah dalam melakukan suatu praktik bisnis dapat menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keberkahan suatu usaha.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat terselesaikan Skripsi ini yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG KUE TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PERSPEKTIF PEMASARAN SYARIAH. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penelitian ini penulis persembahkan sebagai tanda hormat dan terima kasih saya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Bapak Muhamad Wildan Fawaid, MEI. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
4. Bapak Choiril Anam, MEI selaku Wali Dosen penulis selama studi ini, saya mengucapkan terimakasih banyak atas bimbingannya mulai dari semester 1 hingga semester akhir seperti saat ini.
5. Ibu Sri Hariyanti, S.H.I, M.M, selaku Pembimbing I dan Bapak Moch. Zainuddin M, E.I, selaku Pembimbing II yang telah sabar dalam memberi bimbingan serta motivasi kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Segenap Ibu Lilik dan Karyawan Toko saya mengucapkan terimakasih atas bantuan dan bimbingannya selama penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
8. Kepada orang tua saya Bapak Isnu Suroso dan Ibu Lilik Suhartini terimakasih atas segala support dalam bentuk apapun kepada penulis sehingga penyusunan penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman prodi Perbankan syariah angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi, dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penulis menyelesaikan studi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharap saran dan kritik bagi semua pihak yang membaca untuk membangun perbaikan skripsi selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan dapat menambah wawasan serta membawa kesuksesan dalam kajian Ilmu manajerial syariah.

Kediri, 26 April 2026

M. Reza Ade Rizku

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
NOTA DINAS	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
NOTA PEMBIMBING.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Menfaat Penelitian.....	12
E. Penelitian Terdahulu.....	13
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
A. Konsep Pemasaran.....	17
1. Pengertian Pemasaran.....	17
2. Strategi Pemasaran	18
B. Jenis-jenis Pemasarann	19
C. Bauran Pemasaran (Marketing mix).....	21
D. Marketing Syariah	32
1. Pengertian Marketing Syariah	32

A. Karakteristik Marketing Syariah.....	34
E. Peningkatan Penjualan.....	37
1. Pengertian Peningkatan Penjualan	37
F. Faktor-faktor yang mempengaruhi Volume penjualan.....	39
1. Faktor Internal	39
G. Volume Penjualan	41
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Kehadiran Peneliti	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Data dan Sumber Data.....	33
E. Metode Pengumpulan Data	33
F. Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Data	37
a. Peran Peneliti.....	38
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	38
I. Orientasi penelitian.....	39
BAB IV	41
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	41
A. Gambaran Umum Toko Mbak Lilik Mojo Kediri	41
1. Profil Toko Mbak Lilik Mojo Kediri.....	41
2. Lokasi Toko Mbak Lilik Mojo Kediri.....	41
B. Pelaksanaan Kegiatan Usaha Toko Mbak Lilik Mojo Kediri	42
1. Pemilik Usaha/Owner.....	42
2. Karyawan.....	43
3. Keadaan Sarana dan Pra Sarana	44
4. Proses Produksi Aneka Ragam kue Tradisional.....	46
C. Strategi Marketing Toko Mbak Lilik	47
D. Strategi Marketing Toko Mbak Lilik Dalam Perspektif Pemasaran Syari'ah.....	53
E. Paparan Data.....	57
1. Implementasi pemasaran toko Mbak Lilik Mojo Melati Kediri.....	57
2. Promosi / pemasaran.....	62

3. Harga	63
BAB V	58
PEMBAHASAN.....	58
A. Implementasi Toko Mbak Lilik Mojo Melati Kediri	58
B. Peran Strategi Pemasaran Toko Mbak Lilik Mojo Melati Kediri Perfektif Pemasaran Syari'ah.....	59
BAB VI.....	61
PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRA-LAMPIRAN	67