

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARIAH
(Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



**OLEH
MUHAMMAD RISANU AKBAR
20401090**

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

**2025PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF
SYARIAH
(Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

OLEH

MUHAMMAD RISANU AKBAR

20401090

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul :

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARIAH
(Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)**

Ditulis Oleh

MUHAMMAD RISANU AKBAR

20401090

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Dosen Rembimbing I



Achmad Munif, SE, MM
NIP. 19691025 200312 1 001

Dosen Pembimbing II



Siska Yulia Weny, M. AK.
NIP. 19920708 201903 2 018

NOTA DINAS

Kediri, 28 April 2025

Lampiran : -
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 7 Kelurahan Ngronggo
Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing Penyusunan skripsi di bawah ini :

Nama : Muhammad Risanu Akbar
NIM : 20401090
Judul : **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF SYARIAH (Studi Pada CV. Alexandria Promotama
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 kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing I



Achmad Munif, SE, MM
NIP. 19691025 200312 1 001

Dosen Pembimbing II



Siska Yulia Weny, M. AK.
NIP. 19920708 201903 2 018

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 28 April 2025

Lampiran : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Muhammad Risanu Akbar
NIM : 20401090
Judul : **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF SYARIAH (Studi Pada CV. Alexandria Promotama
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 terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat disajikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan ibu kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I



Achmad Munif, SE, MM
NIP. 19691025 200312 1 001

Dosen Pembimbing II



Siska Yulia Weny, M. AK.
NIP. 19920708 201903 2 018

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF SYARIAH
(Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)**

**MUHAMMAD RISANU AKBAR
20401090**

Telah diajukan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (UIN)
Syekh Wasil Kediri pada tanggal, 27 Juni 2025

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Dr. Muhammad Wildan Fawaid, M.El
NIP. 19901020 201903 1 006

(.....)

2. Penguji I

Ulfi Dina Hamida, M.Pd.
NIP. 19900221 202321 2 039

(.....)

3. Penguji II

Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 19901003 201903 2 010

(.....)

Kediri 10 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

“Hari yang buruk adalah bagian dari kehidupan yang lebih baik”

سَلَامَةُ الْإِنْسَانِ فِي حِفْظِ اللِّسَانِ

"Keselamatan manusia tergantung pada kemampuannya menjaga lisan."
(H.R. Al-Bukhari).

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Risanu Akbar
NIM : 20401090
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Peran Marketing Communication Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)*. Benar-benar tulisan penulis, dan bukan merupakan plagiasi seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, maka penulis bersedia menerima konsekuensi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 28 April 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Risanu Akbar

NIM. 20401090

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju cahaya iman dan ilmu pengetahuan.

1. Kedua orang tua dan dua saudara saya tercinta, Bapak Nur Sanudi, Ibu Siti Ma'ripah, Fanisa Fajar Nugraheni, dan Ilma Laila Nurrisa yang selalu memberi semangat dan Do'a yang tak pernah henti untuk putranya yang masih jauh dari kata membanggakan ini, dan masih belajar memaknai tentang apa makna dari birrul walidain yang sesungguhnya.
2. Dosen pembimbing saya yaitu Bapak Munif, dan juga Bu Siska yang selalu sabar memberi arahan, ilmu serta masukannya, saya ucapkan banyak terimakasih, semoga aa yang njenengan lakukan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT, dan dihitung sebagai amal jariyah.
3. Teman-teman seperjuangan yang selalu menemani dalam suka maupun duka selama menempuh bangku perkuliaan terutama Rosidah Lestari dan Afifah Rahmawati dan Lanang Jagat di UIN Syekh Wasil Kediri.
4. Teman-teman Majelis Sholawat Hikmatul Musthofa yang menemani suka maupun duka selama pengerjaan penelitian ini.
5. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan berusaha untuk tidak menyerah meski sesulit apapun prosesnya.

ABSTRAK

MUHAMMAD RISANU AKBAR, dosen pembimbing Achmad Munif, SE, MM dan Siska Yulia Weny, M. AK, **Peran *Marketing Communication* Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Pada CV. Alexandria Promotama Kota Kediri)**, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, 2025

Kata Kunci : *Marketing Communication*, Penjualan

Maraknya bisnis syariah di era sekarang membuat para produsen berlomba-lomba menciptakan peluang usaha untuk dipasarkan. Salah satunya adalah CV. Alexandria Promotama yang merupakan perusahaan *event planner* yang menawarkan jasa untuk sebuah acara. Dalam pemasaran produknya dibutuhkan peran *marketing communication* dengan strategi-strategi yang tepat agar produk yang ditawarkan dikenal banyak orang yang nanti nya akan meningkatkan penjualan dan meberikan *image* positif di kalangan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran *Marketing Communications* pada CV. Alexandria Promotama dalam meningkatkan penjualan pada sebuah *event organizer* dengan menggunakan konsep utama bauran P.E.N.C.I.L.S yang mencakup komponen *Publication, Event, News, Community Involvement, Inform Or Image, Lobbying And Negotiation, Social Responbility*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dari sisi perusahaan dan klien-nya. Data yang diperoleh kemudian akan diperiksa menggunakan teknik triangulasi sumber. Kemudian data akan direduksi menjadi sistematis dan disajikan dalam bentuk teks, gambar, tabel, dan didukung dengan bukti yang valid sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Alexandria Promotama sudah berhasil mengimplementasikan fungsi pemasaran dengan menerapkan secara efektif semua komponen strategi bauran pemasaran *Lobbying and Negotiation* “P.E.N.C.I.L.S”. Langkah tersebut membantu meningkatkan akan kehadiran peran perusahaan dan membantu Alexandria Promotama mendukung pencapaian kerja dalam menghadapi tantangan pemasaran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Peran *Marketing Communication* Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Syariah (Studi Pada Cv. Alexandria Promotama Kota Kediri)”, ini dapat terselesaikan dengan baik dan dapat digunakan sebagai prasyarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) UIN Syekh Wasil Kediri.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada yang terhormat :

1. Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag., selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri.
2. Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M. HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S. Fil., M. Hum., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Syekh Wasil Kediri
4. Bapak Achmad Munif, SE, MM selaku dosen pembimbing I dan Ibu Siska Yulia Weny, M. AK selaku dosen pembimbing II yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil.

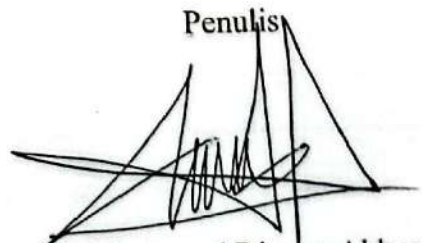
6. Bapak Nugroho selaku direktur utama CV. Alexandria Promotama beserta seluruh partner kerjanya, terutama pada klien CV. Alexandria Promotama yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua, keluarga, dan teman – teman yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi , kritik dan saran demi terselesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada seluruh teman Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2020 yang telah bersedia ikut serta memberikan saran dan dukungan dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berhadap kepada semua pihak yang membaca agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berhadap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya. Sekian yang dapat penulis sampaikan dan terima kasih.

Kediri, 28 April 2025

Penulis



Muhammad Risanu Akbar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Telaah Pustaka.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Teori Komunikasi Pemasaran	16
B. Teori Penjualan	22
C. Teori Marketing Syariah	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	28
B. Kehadiran Peneliti	28
C. Lokasi Penelitian	29
D. Sumber Data	29
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Analisis Data	31

G. Pengecekan Keabsahan Data.....	32
H. Tahap - Tahap Penelitian.....	33
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
1. Profil Usaha CV. Alexandria Promotama	35
2. Logo dan Makna CV. Alexandria Promotama.....	35
3. Daftar Alamat Perusahaan CV. Alexandria Promotama.....	36
4. Sejarah CV. Alexandria Promotama	36
5. Struktur Organisasi CV. Alexandria Promotama.....	37
6. Visi dan Misi CV. Alexandria Promotama	37
7. Jenis Barang dan Jasa Beserta Harga Sewa CV. Alexandria Promotama	38
8. Sistem Manajemen CV. Alexandria Promotama	39
B. PAPARAN DATA.....	40
1) Strategi Marketing Communication CV. Alexandria Promotama	40
2) Strategi Marketing Communication dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV. Alexandria Promotama	47
3) Strategi Marketing Communication CV. Alexandria Promotama dalam Perspektif Syariah.....	49
C. TEMUAN PENELITIAN	51
BAB V PEMBAHASAN	54
A. Strategi Marketing Communication CV. Alexandria Promotama	54
B. Peran Marketing Communication CV. Alexandria Promotama dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Perspektif Syariah	67
BAB VI PENUTUP	74
A. KESIMPULAN	74
B. SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Usaha Event Organizer di Kota Kediri.....	2
Tabel 1.2 Daftar <i>Event Organizer</i> di Kelurahan Ngronggo	3
Tabel 1.3 Daftar Perbandingan Event Organizer Di Kelurahan Ngronggo.....	4
Tabel 1.4 Laporan Hasil Penjualan Per Tahun.....	6
Tabel 1.5 Daftar Klien CV. Alexandria Promotama	7
Tabel 1.6 Data Pelanggan yang <i>Repeat Order</i> CV. Alexandria Promotama ..	8
Tabel 4.1 Struktur Organisasi CV. Alexandria Promotama	37
Tabel 4.2 Daftar Barang dan Jasa CV. Alexandria Promotama	38
Tabel 4.3 Laporan Penjualan Tahun CV. Alexandria Promotama.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo CV. Alexandria Promotama	35
Gambar 5.1 <i>Event</i> Kolaborasi Bersama Polda Jatim.....	57
Gambar 5.2 <i>Event</i> Kampanya Pilpres Tahun 2019.....	59
Gambar 5.3 <i>Event</i> UMKM di Kelurahan Ngronggo Kota Kediri	61
Gambar 4.4 <i>Company Profile</i> CV. Alexandria Promotama	63
Gambar 4.5 Bentuk Kerjasama Dengan Media Nasional	65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi
- Lampiran 3 : Surat Permohonan Observasi
- Lampiran 4 : Serat Mohon Izin Riset/Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup