

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI NGANJUK**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ANIK ENDAH FILAELI

9.313.156.16

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

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI NGANJUK**

Ditulis Oleh:

Anik Endah Filaeli

931315616

Telah disetujui untuk diujikan

Kediri, 16 Oktober 2020

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rofik Efendi', with a horizontal line underneath.

Rofik Efendi, S.Kom., MM.

NIP. 19690617 199803 1 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI NGANJUK**

Ditulis Oleh:

Anik Endah Filaeli

931315616

Telah disetujui untuk diujikan,

Kediri, 25 September 2020

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

NIP. 19840815 201801 2 001

NOTA DINAS

Kediri, 24 September 2020

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

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Anik Endah Filaeli

NIM : 931315616

Judul : ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI
NGANJUK

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 dapat segera diajukan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Rofik Efendi, S.Kom., MM.
NIP. 19690617 199803 1 002

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2 001

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 24 September 2020
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Anik Endah Filaeli

NIM : 931315616

Judul : ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI
NGANJUK

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 10 November 2020, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Rofik Efendi, S.Kom., MM.
NIP. 19690617 199803 1 002

Pembimbing II



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I
NIP. 19840815 201801 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PROMOSI ROTI KERING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UD NIKI SARI NGANJUK

ANIK ENDAH FILAELI

NIM. 9.313.156.16

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 10 November 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. H. Jamaludin A. Khalik, Lc., MA (.....)
NIP. 19750913 200801 1 014
2. Penguji I
Rofik Efendi, S.Kom., MM. (.....)
NIP. 19690617 199803 1 002
3. Penguji II
Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I (.....)
NIP. 19840815 201801 2 001

Kediri,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)



MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا
اِكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ
عَلَيْنَا إِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا
مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ
مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang yang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maafilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir".

[QS AL-Baqarah: 286]

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kepada Allah SWT, serta curahan sholawat dan salam kepada Rosulullah SAW. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Achmad Mudakar dan Ibu Sri Hayati yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan, bimbingan, motivasi dan yang selalu menguatkan saya dalam keadaan apapun.
2. Bapak Atiq dan Bapak Yahya yang sudah saya anggap sebagai orang tua kedua, yang selalu memberikan banyak arahan dan juga doa demi kelancaran skripsi ssaya
3. Bapak Rofik Efendi, S.Kom., MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I selaku Dosen Pembimbing II yang sudah memberikan banyak arahan, bimbingan, motivasi, serta meluangkan waktunya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Sahabat saya Lutfil Himmah dan Rizqi Rohmatul Aliyah yang selalu menemani dan membantu saya dalam perjalanan selama mengerjakan skripsi ini.

Terimakasih....

ABSTRAK

Anik Endah Filaeli, Dosen Pembimbing Rofik Efendi, S.Kom., MM dan Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I.: Analisis Strategi Promosi Roti Kering dalam Meningkatkan Penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Penjualan

Adanya selera konsumen yang berubah-ubah dari waktu ke waktu dan ketika hal tersebut terjadi, maka produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan menjadi kurang diminati oleh para konsumen, untuk itu perusahaan harus mampu memikirkan apa yang menjadi misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan mereka terapkan untuk tetap bergerak searah dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya dengan memberikan sentuhan baru untuk menyempurnakan dari produk yang dimilikinya. Permasalahan yang kemudian muncul adalah bagaimana agar produk yang sudah diberikan sentuhan baru tersebut dapat sampai ke masyarakat. Mengenai permasalahan itulah kegiatan pemasaran memerlukan adanya strategi promosi untuk mengkomunikasikan informasi, memposisikan produk, menambah nilai, dan meningkatkan volume penjualan. Islam menjelaskan secara tegas bahwa suatu perusahaan harus memperhatikan syariat Islam dalam menjalankan seluruh kegiatannya, termasuk di dalamnya adalah kegiatan mempromosikan produk sehingga bisa sampai ke masyarakat. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana strategi promosi roti kering dalam meningkatkan penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk dan untuk mengetahui bagaimana dampak strategi promosi roti kering terhadap penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi promosi roti kering yang dilakukan UD Niki Sari yaitu dengan menggunakan bauran promosi seperti penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan informasi dari mulut ke mulut. Strategi promosi tersebut digunakan oleh UD Niki Sari untuk memperbaiki promosi yang pernah dilakukan sebelumnya, yaitu hanya dengan menggunakan bauran promosi informasi dari mulut ke mulut dan pemasaran langsung. Adanya strategi promosi yang dilakukan sekarang memberikan dampak positif bagi UD Niki Sari yaitu meningkatnya penjualan, hal ini dapat dilihat berdasarkan data penjualan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019. Adanya peningkatan penjualan pada UD Niki Sari tersebut tidak terlepas dari cara berpromosi yang digunakan, yaitu dengan memenuhi karakteristik pelaku pemasaran syariah atau *marketing syariah*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya sampai akhir zaman..aamiin.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat saya mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya bagi semua pihak yang sudah memberikan bantuan moril maupun materil hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, LC, MEI., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
4. Bapak Rofik Efendi, S.Kom., MM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I_ selaku Dosen Pembimbing II yang sudah memberikan banyak arahan, bimbingan, motivasi, serta meluangkan waktunya sehingga

skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), serta seluruh civitas akademika Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
6. Bapak Wasmat dan Ibu Siti Soleha, selaku pemilik UD Niki Sari yang telah memberikan izinn untuk melakukan penelitian dan bersedia untuk memberikan informasi yang diperlukan penulis, serta bersedia meluangkan waktunya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis, Bapak Achmad Mudakar dan Ibu Sri Hayati yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan, bimbingan, motivasi dan yang selalu menguatkan saya dalam keadaan apapun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berharap kepada semua pihak yang membaca, agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya.

Kediri, 24 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSPEM I	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSPEM II	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Telaah Pustaka.....	13

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi	
1. Pengertian Strategi	20
2. Pengertian Promosi	21
3. Pengertian Strategi Promosi	22
4. Tujuan Promosi	23
5. Acuan atau Bauran Promosi	24
6. Langkah Pengembangan Promosi dan Komunikasi yang Efektif	26
B. Penjualan	
1. Pengertian Penjualan	28
2. Tujuan Penjualan.....	28
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	28
C. Promosi dalam Pemasaran Syariah atau <i>Marketing Syariah</i>	30

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Kehadiran Peneliti	41
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Data dan Sumber Data	42
E. Pengumpulan Data.....	43
F. Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
H. Tahap-Tahap Penelitian	47

BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian
 - a. Sejarah Singkat Berdirinya UD Niki Sari..... 49
 - b. Lokasi UD Niki Sari..... 50
 - c. Struktur Organisasi dan Kedudukan Karyawan UD Niki Sari 52
 - d. Tujuan Berdirinya UD Niki Sari..... 55
2. Strategi UD Niki Sari dalam Mempromosikan Roti Kering..58
3. Dampak Strategi Promosi Roti Kering terhadap Penjualan di UD Niki Sari 62

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Promosi yang Dilakukan oleh UD Niki Sari 64
2. Dampak Positif Strategi Promosi terhadap Penjualan pada UD Niki Sari 65
3. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan UD Niki Sari Sebagaimana Karakteristik Pelaku Pemasaran Syariah 66

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Strategi Promosi Roti Kering dalam Meningkatkan Penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk 67
- B. Dampak Strategi Promosi Roti Kering terhadap Penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk. 72

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan.....77

B. Saran.....78

DAFTAR PUSTAKA..... 80

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan antara UD Niki Sari dengan UD Naby	8
Tabel 2. Data Penjualan Produk UD Niki Sari Sebelum dan Sesudah Adanya Strategi Promosi.....	9
Tabel 3. Data Penjualan Produk UD Niki Sari Sebelum dan Sesudah Adanya Strategi Promosi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi UD Niki Sari.	53
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Permohonan Izin Riset/Penelitian dari IAIN Kediri

Lampiran 3. Surat Bukti Telah Melakukan Penelitian di UD Niki Sari Nganjuk

Lampiran 4. Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 1

Lampiran 5. Daftar Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing 2

Lampiran 6. Dokumentasi

Lampiran 7. Biodata Penulis

