

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PRODUK PERS MAHRUSY DI
PONDOK PESANTREN HM AL-MAHRUSIYAH LIRBOYO
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Perbankan Syari'ah

Oleh :

NABILLA NURUL HAYATI

NPM. 17.08.0.0223

NIRM.

**INSTITUT AGAMA ISLAM TRIBAKTI (IAIT) KEDIRI
FAKULTAS SYARI'AH
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
JULI 2021**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PRODUK PERS MAHRUSY DI
PONDOK PESANTREN HM AL-MAHRUSIYAH LIRBOYO
KEDIRI**

NABILLA NURUL HAYATI

NPM. 17.08.0.0223

NIRM

Skripsi ini telah dipriksakan dan dan disetujui untuk diuji

Kediri,.....

Pembimbing

(Dr. H. ABBAS SOFWAN MATLA'IL FAJAR, S, HI, LLM)

NIDN: 2127127901

PENGESAHAN SEKRIPI

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PRODUK PERS MAHRUSY DI
PONDOK PESANTREN HM AL-MAHRUSYAH LIRBOYO
KEDIRI**

NABILLA NURUL HAYATI
NPM. 170800223
NIRM.

Telah dimonaqasahkan di depan sidang Monakosah
Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri
Pada tanggal, 08 agustus 2021

Ketua

Sekretaris

Dr. H. Abbas sofwan M.F,S,HI, LLM

Dwi Hartono, S.Pd.I

1 Penguji Utama

Zainal Arifin M, Pd.I.

NIDN. 2122098002

()

2 Penguji 1

Dr.H.Abbas SofwanM.F,S,HI,LLM

NIDN. 2127127901

()

3 Penguji II

Dwi Hartono, S.Pd.I.

()

**Kediri 08 Agustus 2021
Dekan fakultas syari'ah**

Dr. H. Ahmad Fauzhi, Lc.M.HI.

MOTTO

وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “Dan dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan allah maha melihat apa yang kamu kerjakan”.¹

¹ Al-Qur’an, Surat Al-Hadid: 4, h. 538

PERSEMBAHAN

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari keterlibatan dukungan, do'a serta bantuan baik moril maupun materil berbagai pihak, oeh karenanya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak-piak yang terus membantu penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Muchamad Ridwan dan Painsi serta nenekku tercinta mbah suharti yang tak pernah kenal Lelah dalam mendo'akan, membimbing maupun mengarahkan ku serta yang senantiasa selalu memotivasi dalam penyelesaian skripsi, semoga rahmatmu selalu mengiringinya.
2. Adikku tersayang Safira Nurul Hayati Dan Ahmad Dafa Putra yang selalu mendukungku untuk tidak menyerah alam mengerjakan skripsi.
3. Dan seluruh keluarga yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang selalu memberiku semangat yang sungguh luar biasa.
4. Kepada Ahmad Nahrowi dan Laely Zzakiya selaku pimpinan umum dan wakil pimpinan Lembaga pers mahrus sudah meluangkan waktu untuk membimbing jalanya skripsi.
5. Seluruh Tim Media Pers Mahrusy yang sudah membantu dalam mengerjakan dan mengarahkan dalam pengerjaan skripsi.
6. Ponpes lirboyo HM-Almahrusiyah kediri dan pondok pesantren syubanut wathon magelang yang telah memberikan segudang ilmu agama mauapun formal dan pengalaman.
7. Seluruh guru-guru yang senantiasa ikhlas dan dalam menyalurkan ilmu dan tidak pernah Lelah dalam mendidik serta membimbing.
8. Seluruh sahabat seperjuangan mahendra dan mahesa yang saling mensupport dalam penyelesaian skripsi.
9. Teman-teman perbankan syari'ah yang sudah berjuang bersama selama 4 tahun. Serta teman-teman madrasah diniyah Al-Mahrusiyah.
10. Serta almamater tercinta institut agama islam tribakti.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Indonesia Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri sebagai berikut:²

²Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) IAIT Kediri, Buku Pedoman Penulis Karya Ilmiah Makalah, Proposal, Dan Skripsi (Kediri: IAIT Press, 2018), h. 80.

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	`	ط	ṭ
ب	b	ظ	Ẓ
ت	t	ع	‘
ث	th	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	dh	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	W
س	s	ه	h
ش	sh	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (*madd*), maka caranya dengan menuliskan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf, seperti ä, ï, dan ü (ا, ي, dan و). Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay dan aw”, seperti *layyinah*, *lawwamah*. Kata yang berakhiran *tà’ marbūṭah* dan berfungsi sebagai *ṣifah(modifier)* atau *mudāf ilayh* ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai *mudāf* ditransliterasikan dengan “at”.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT. Penulis panjatkan atas segala limpahan rahmat taufik serta hidayah dan inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan

Omset Penjualan Produk Pers Mahrusy Di Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah Lirboyo.

Sholawat serta salam allah semoga selalu terlimpahkan dan senantiasa penulis sanjungan kepada baginda agung rosulluoh Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang telah membawa dan mengembangkan islam hingga saat ini.

Penulis sadari bahwa penulisan skripsi ini bukanlah semata hasil dari penulis pribadi akan tetapi semua itu terwujud berkat adanya usaha dan bantuan baik berupa moral maupun spiritual dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Oleh karena itu, penulis tidak akan lupa untuk menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak KH. Abdullah Kafabihi Mahrus, selaku Rektor Institut Agama Islam Tribakti Kediri.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Fauzi, Lc.M.HI. Selaku Dekan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Triakti Kediri.
3. Dr. H. Abbas Sofwan Matla'il Fajar, S. HI. LLM. selaku pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan kritikan menjadikan saya terus tertantang dengan berusaha untuk belajar dan belajar dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Almaqfurlah KH Imam Yahya Mahrus beserta Dzuriyah yang selalu kami harapkan ridho dan do'a beliau.
5. Kedua orang tua dan adikku tersayang yang senantiasa memberikan motivasi dan do'a yang tak pernah henti untuk terselesaikan.

6. Kepada seluruh Tim Pers Mahrusy yang telah membimbing dan memberikan informasi dalam penelitian.

Harapan dan do'a penulis semoga semua amal kebaikan dan jasa-jasa dari semua pihak diterima Allah SWT dan menjadi amal jariyyah serta mendapat balasan yang lebih baik dan berlipat ganda.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hakikatnya kesempurnaan hanya milik Allah semata. Oleh karena itu, penulis mengaharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbikan dan sempurnanya skripsi ini. Akhir kata penulis beharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang Budiman umumnya.

Kediri, 26 juli 2021

Nabilla Nurul Hayati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v

PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Definisi Operasional	5
F. Penelitian Terdahulu	6
G. Sistematika Penelitian	13
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	15
B. Pengertian Strategi.....	17
C. Pengertian Strategi Pemasaran	17
D. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	23
E. Omset Penjualan.....	23
BABB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
B. Lokasi penelitian	27
C. Kehadiran Peneliti	27

D. Sumber Data.....	28
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	29
F. Teknis Analisis Data.....	30
G. Pengecekan Keabsahan Data	31
H. Tahap-Tahap Penelitian	35

BAB IV: PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Setting Penelitian.....	37
B. Paparan Data Dan Temuan Penelitian	48
1. Strategi Pemasaran <i>product</i> (produk) dalam Meningkatkan Omset Penjualan Produk Pers mahrusy	47
2. Strategi pemasaran <i>price</i> (harga) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy	49
3. Strategi pemasaran <i>promotion</i> (promosi) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy	51
4. Strategi pemasaran <i>place</i> (tempat) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy	56
C. Pembahasan.....	57
1. Strategi Pemasaran <i>product</i> (produk) dalam meningkatkan omset penjualan pers mahrusy	57
2. Strategi pemasaran <i>price</i> (harga) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy.....	59
3. Strategi pemasaran <i>promotion</i> (promosi) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy	63

4. Strategi pemasaran <i>place</i> (tempat) dalam meningkatkan omset penjualan produk pers mahrusy	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran-Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Lembaga Pers Mahrusy

Gambar 1.2 Hasil Peningkatan Omset Produk Pers Mahrusy Tahun 2018-2021

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Observasi
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Surat Penelitian
- Lampiran 5 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 6 Surat Pembimbing
- Lampiran 7 Surat Keaslian Tulisan
- Lampiran 8 Riwayat Hidup

ABSTRAK

HAYATI, NABILLA NURUL. 2021. *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Produk Pers Mahrusy di Pondok Pesantren HM Al-Mahrusiyah Lirboyo Kediri*, Perbankan Syari'ah, Syari'ah, IAIT Kediri, Dosen Pembimbing Dr. H. Abbas Sofwan Matla'il Fajar, S. H.I, LLM.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omset

Strategi pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus-menerus untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran. Strategi pemasaran disusun melalui strategi *product, price, promotion dan place*. Strategi pemasaran terdiri atas lima unsur yang saling terkait yaitu; Pemilihan pasar, Perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, dan komunikasi pemasaran atau promosi. Omset penjualan adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama suatu masa jual. Strategi pemasaran dapat mempengaruhi omset suatu produk, ketika strategi yang digunakan tepat maka omset suatu produk akan berkembang pesat, begitu juga sebaliknya. Jika strategi yang dilakukan kurang tepat bisa jadi akan mengalami penurunan.

Dari uraian diatas maka yang mejadi fokus penelitian penulis adalah bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan omset penjualan produk Pers Mahrusy? dan bagaimana hasil Strategi yang digunakan dalam meningkatkan omset penjualan produk Pers Mahrusy?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan metode kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan peneliti menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi dan tahap akhir mengadakan keansahan data degan menggunakan perpanjangan keikutsertaan, meningkatkan ketentuan pengamatan, dan triangulasi.

Hasil penelitian yaitu: (1) pemasaran produk pers mahrusy hm al-mahrusiyah dilakukan secara offline dan online dengan lebih memprioritaskan, melayani, dan mengutamakan kebutuhan konsumen, serta menyediakan barang berkualitas bagi santri, (2) pendapatan omset produk pers mahrusy selalu mengalami peningkatan, hal itu dikarenakan produk pers mahrusy memiliki cara tersendiri dalam mempertahankan dan meningkatkan dengan menggunakan media sosial sebagai ajang promosi, serta membuka stand khusus saat pondok pesantren mengadakan *event* tertentu.