

**STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK
PESANTREN (BUMPES) PP. LIRBOYO
KEDIRI**

SKRIPSI

OLEH
SALIM HABIBILLAH
NPM. 20.08.00.397



**UNIVERSITAS ISLAM TRIBAKTI LIRBOYO KEDIRI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
AGUSTUS 2024**

**STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK
PESANTREN (BUMPES) PP. LIRBOYO
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Universitas Islam Tribakti (UIT) Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Perbankan Syariah

OLEH

SALIM HABIBILLAH

NPM. 20.08.00.397

**UNIVERSITAS ISLAM TRIBAKTI LIRBOYO KEDIRI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
Agustus 2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBINGAN

**STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK
PESANTREN (BUMPES) PP. LIRBOYO
KEDIRI**

SALIM HABIBILLAH
NPM. 20.08.00.397

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Kediri, 25 Juli 2024
Pembimbing

(KHAIRAN, Sos, M.H.)

NIDN/NIK. 21111047002

PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN
OMSET PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK
PESANTREN (BUMPES) PP. LIRBOYO
KEDIRI

SALIM HABIBILLAH
NPM. 20.08.00.397

Telah dimunaqasahkan di depan sidang munaqasah
Universitas islam tribakti (UIT) kediri
Pada tanggal, 07 Agustus 2024

Ketua

Sekretaris

Khairan, Sos, M.H.
NIDN. 2111047002

Amalia Nurul Maghfiroh, M.Pd.

Tim penguji

1. Penguji utama
Sutantri, S.El., M.E (.....)
NIDN. 2101109002
2. Penguji I
Khairan, Sos, M.H. (.....)
NIDN.2111047002
3. Penguji II
Amalian Nurul Maghfiroh, M.Pd. (.....)

Kediri, 14 Agustus 2024
Dekan fakultas syariah

(Dr. H. Ahmad Fauzi, Lc., M. HI.)
NIDN.2123107701

MOTTO.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمۡ بَيْنَكُمۡ بِالْبَاطِلِ اِلَّاۤ اَنْ تَكُوْنَ بِيْعَارَةً عَنْ تَرٰضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا

تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا¹

Terjemahnya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu," (QS. An Nisa ayat 29)*

¹ (QS. An Nisa ayat 29)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala ni'mat yang Allah Swt berikan dalam setiap jengkal langkahku dihadirkan orang-orang yang dengan penuh pengorbanan do'a, waktu, tenaga, dukungan, dan pikiran yang senantiasa bersama penulis. Maka dengan penuh cinta dan kasih sayang, penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Kedua orang tua tercinta penulis, Ayahanda tercinta KH. Ahmad Hanif Antasari S.Pd.I. , Ibunda tercinta Hj. Lilik Robiatul Adawiyah atas doa dan jerih payahnya dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan sabar, penuh pengorbanan baik lahiriyah maupun batiniyah sampai saat ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka semuanya Aamiin Ya Robbal Alamin.
2. Kakak perempuan tercinta penulis Iis Khodijah, Hidyatussyarifah dan kakak laki-laki tercinta penulis Abu Lubaba dan kakak ipar Ang Fajri, Ang Mung yang memberikan semangat kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. *Murobbi Ruhina* yakni seluruh masyayikh Pondok Pesantren Lirboyo Kota Kediri dan Pondok Pesantren Darul Hidayah Al-Islamy yang tanpa letih dan lelah mendidik serta mendoakan penulis.
4. Seluruh Dewan Pimpinan, Rektorat, Dekanat, dan Staf Akademika Universitas Islam Tribakti yang telah membimbing penulis mulai awal mengenyam studi perkuliahan hingga selesai.

5. Teman-teman seperjuangan kelas PS A.2 Angkatan 53, dan seluruh teman-teman seperjuangan lainnya yang selalu memberikan dorongan semangat kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah Swt atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini membahas tentang ”Strategi marketing mix dalam meningkatkan omset penjualan pada badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri” Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberi bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis melakukan studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada yang terhormat:

1. KH. Muhammad Anwar Manshur, selaku pimpinan Yayasan Pendidikan Islam Tribakti (YPIT) yang senantiasa mendoakan keberhasilan pada kami.
2. KH. Abdullah Kafabihi Mahrus selaku ketua Senat Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo Kota Kediri.
3. Dr. KH Reza Anwar Zahid, Lc., MA. selaku Rektor Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo Kota Kediri beserta jajaran Rektorat.
4. Dr. H. Ahmad Fauzi, Lc., M. HI. selaku Dekan Fakultas Syari’ah Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo Kota Kediri beserta staf-stafnya, atas segala dorongan, perhatian, dan kebijaksanaan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi perkuliahan di perguruan tinggi ini.
5. Khairan, M.H selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, perhatian dan dorongan yang selalu beliau berikan kepada penulis,

sehingga penulis dapat menyelesaikan studi Strata I dan dorongan-dorongan yang beliau berikan hingga terwujudnya karya ilmiah penulis yang berupa skripsi ini.

6. Kepada keluarga besar penulis di rumah, yang selalu memberikan masukan, dorongan dan doa sehingga dapat memberi kekuatan hingga sampai detik ini, Penulis bersukur dan sangat berterimakasih atas segalanya.
7. Kepada teman-teman seperjuangan, khususnya kepada teman-teman PS A.2 yang telah berjuang bersama dari semester 1 hingga semester 8 dan umumnya untuk teman-teman angkatan 53 yang tak bisa disebutkan namanya satu persatu, penulis ucapkan terima kasih banyak.

Untaian doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala yang berlipat-lipat dari dzat pencipta seluruh alam. Lantunan doa selalu terucap dari lisan penulis yang faqir semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya untuk siapa saja yang membacanya. *Aamiin...Aamiin...Ya Robbal 'Alamiin.*

Kediri, 02 Agustus 2024

Salim Habibillah

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBINGAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Definisi Operasional	6
F. Penelitian Terdahulu	10
G. Sistematis Penulisan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Strategi Pemasaran	16
1. Definisi Strategi Pemasaran	16
2. Tujuan dan Fungsi strategi pemasaran	17
B. Marketing Mix	18
C. Volume penjualan	24
D. Badan usaha milik pesantren	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Rancangan Penelitian	28
B. Kehadiran peneliti	31
C. Lokasi Penelitian	32
D. Sumber Data	32
E. Prosedur Pengumpulan Data	33

F. Teknik Analisis Data	34
G. Pengecekan Keabsahan Data	35
H. Tahap-tahap penelitian	38
BAB IV PAPARAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Setting penelitian	39
1. Sejarah Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri.....	39
2. Visi dan Misi Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri.....	39
3. Letak Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri	40
4. Struktur Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri ...	41
5. Unit usaha yang dikelola Badan Usaha Milik Pesantren (BUMPes) PP.Lirboyo Kediri	41
B. Paparan data dan temuan penelitian	42
1. Strategi marketing mix dalam upaya meningkatkan omset penjualan pada badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP. Lirboyo kediri.....	42
2. Permasalahan yang dihadapi BUMPes dalam menerapkan strategi pemasaran pada badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP. Lirboyo kediri.....	45
C. Pembahasan	47
1. Strategi marketing mix dalam upaya meningkatkan omset penjualan pada badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP. Lirboyo kediri.....	47
2. Permasalahan yang dihadapi BUMPes dalam menerapkan strategi marketing mix guna meningkatkan omset penjualannya.	49
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR LAMPIRAN	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi.....	57
Lampiran 2. Surat Permohonan Penelitian Skrips60	
Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian Skripsi.....61	
Lampiran 4. Surat Permohonan Bimbingan Skripsi62	
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi.....63	
Lampiran 6. Pernyataan Keaslian Tulisan.....64	
Lampiran 7. Riwayat Hidup Penulis65	

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Indonesia Universitas Islam Tribakti (UIT) Lirboyo

Kota Kediri adalah sebagai berikut:²

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	'	ط	t
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	,
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	h	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	s	ي	Y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (*madd*), maka caranya dengan menuliskan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf, seperti ā, ī, dan ū (اَ, اِ, dan اُ). Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay dan aw”, seperti *layyinah*, *lawwāmah*. Kata yang berakhiran *tā'* *marbūṭah* dan berfungsi sebagai *ṣifah* (*modifier*) atau *muḍāf ilayh* ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai *muḍāf* ditransliterasikan dengan “at”.

² Zaenal Arifin and Edi Nurhidin, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah Makalah, Proposal, Dan Skripsi* (Kediri: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat IAI Tribakti, 2018), h. 80.

ABSTRAK

SALIM HABIBILLAH. 2024: *Strategi marketing mix dalam meningkatkan omset penjualan pada badan usaha milik pesantren (BUMPES) PP.Lirboyoyo Kediri*, perbankan syariah dan ekonomi, syariah, UIT Kediri, Dosen pembimbing. Khairan,Sos, M.H.

Kata Kunci: Strategi, marketing, omset penjualan, badan usaha milik pesantren

Banyak strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah marketing mix strategy (strategi bauran pemasaran). Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran atau Marketing Mix.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pengendalian internal dan mengetahui Strategi Marketing Mix yang tepat dan diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada BUMPes Lirboyoyo Kediri. Dari uraian di atas, maka dapat diketahui fokus penelitiannya sebagai berikut (1) Bagaimana strategi marketing mix dalam upaya meningkatkan omset penjualan pada badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP. Lirboyoyo Kediri.? (2) Bagaimana permasalahan yang dihadapi BUMPes dalam menerapkan strategi pemasarannya.?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pimpinan badan usaha milik pesantren lirboyoyo Kediri. Hasil yang ditemukan kemudian dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan data menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian, yaitu: 1). Marketing mix adalah strategi yang diterapkan BUMPes Lirboyoyo di Kediri untuk meningkatkan penjualan. Terdiri dari empat elemen: produk, harga, promosi, dan lokasi. Produk yang ditawarkan termasuk roti, souvenir, dan fashion halal dengan kualitas baik. Harga yang terjangkau, terutama bagi santri, membantu meningkatkan omset meski dengan margin kecil. Promosi dilakukan secara online dan offline melalui media sosial serta acara di pondok pesantren. Lokasi strategis BUMPes memudahkan konsumen. Dengan strategi ini, BUMPes berhasil meningkatkan penjualan dan berupaya terus memperbaiki pemasaran ke depan. 2). BUMPes Lirboyoyo menghadapi permasalahan dalam strategi pemasarannya, termasuk kesulitan menemukan bahan pokok yang ideal, kurangnya tenaga kerja, dan keterlambatan produksi akibat permintaan tinggi. Akibatnya menghambat peningkatan omset penjualan, sementara minimnya pengetahuan tenaga kerja juga perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan hasil produksi.