

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET DI MH *MART* KECAMATAN
PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD DA'AL AULA ARRODHI

NIM: G74214109



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

2018

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
PENINGKATAN OMZET DI MH *MART* KECAMATAN
PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu
Ilmu Ekonomi Syariah

OLEH:
MUHAMMAD DA'AL AULA ARRODHI
NIM : G74214109

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Da'al Aula Arroddhi

NIM : G74214109

Fakultas / Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omzet di MH *Mart* Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan

Dengan bersungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya,

Saya yang menyatakan,



Muhammad Da'al Aula Arroddhi

G74214109

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Da'al Aula Arroddhi NIM. G74214109 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 16 Maret 2018

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Wigati', written over a horizontal line.

Sri Wigati, M.EI

NIP. 197302212009122001

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Da'al Aula Arroddhi NIM. G74214109 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada tanggal 4 April 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

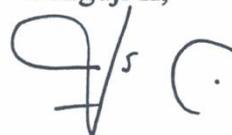
Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I,



Sri Wigati, M.EI
NIP. 197302212009122001

Penguji II,



Ummiy Fauziyah Laili, M.Si
NIP. 198306062011012012

Penguji III,



Siti Rumilah, M.Pd
NIP. 197607122007102005

Penguji IV,



Aris Fanani, M.Kom
NIP. 198701272014031002

Surabaya,

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD DA'AL AULA ARRODHI

NIM : G74214109

Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH

E-mail address : arrodhi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN OMZET DI MH
MART KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengclolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 April 2018

Penulis

(Muhammad Da'al Aula Arrodhi)

nama terang dan tanda tangan

Bab ketiga, Implementasi Strategi Pemasaran di MH *Mart* Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Dalam bab ini akan menjabarkan informasi dan studi deskriptif mengenai sejarah berdirinya MH *Mart*, jenis produk MH *Mart*, omzet MH *Mart* dan strategi pemasaran yang dilakukan MH *Mart*.

Bab keempat, Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omzet di MH *Mart* Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Pada bab ini akan menjabarkan hasil atau penemuan penelitian dan analisisnya, yang meliputi analisis strategi pemasaran MH *Mart* dan analisis upaya peningkatan omzet MH *Mart*.

Bab kelima yakni bab terakhir adalah Penutup. Pada bagian penutup, akan diuraikan kesimpulan dan saran terkait analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan omzet di MH *Mart* Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan.

dipertimbangkan guna menentukan hal yang relevan terhadap tujuan perusahaan.

2. Hal kedua yaitu penentuan sasaran pasar yang akan dilayani oleh perusahaan. Suatu perusahaan akan begitu sulit untuk melayani setiap pasar yang ada, karena pada setiap pasar terdapat beberapa kelompok konsumen yang berbeda, keinginan dan kebutuhan yang berbeda serta reaksi dan kebiasaan yang berbeda pula. Karena itulah, untuk dapat melayani keinginan serta kebutuhan konsumen dari segmen pasarnya sesuai dengan kemampuan dari perusahaan, maka perusahaan harus menentukan serta menetapkan segmentasi pasar mana saja yang akan dilayani sebagai sasaran pasar.
3. Hal ketiga dari proses pemasaran adalah menilai kedudukan dan menetapkan strategi peningkatan posisi atau kedudukan perusahaan dalam persaingan sasaran pasar yang dilayani. Dalam tahap ini perusahaan harus mempunyai pandangan atau keputusan mengenai produk (barang atau jasa) apa yang ditawarkan kepada sasaran pasar, dalam hubungannya dengan bidang usaha perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya. Jadi, perusahaan harus menentukan produk-produk apa yang termasuk dalam *product mix* yang akan ditawarkan pada sasaran pasar, sesuai dengan kebutuhan sasaran pasar tersebut. Di samping itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan dan berjaga-jaga atas penawaran dari perusahaan saingan yang ada. Bila telah diketahui posisi produk dari perusahaan saingan, maka

- Jaya, Abdullah Gymnasiar dan Hermawan Kerta. *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta : Mark Plus & CO, 2004.
- Karim, Tafsir Al Quran Al. “Tafsir An Nisa Ayat 29”, dalam www.tafsir.web.id/2013/01/tafsir-surat-al-baqarah-ayat-1-7.html?m=1, diakses pada tanggal 30 Oktober 2017.
- Kotler, Phillip. *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kunto, Ari. *Prosedur Penelitian Suatu Praktis*. Jakarta: Rinaka Cipta, 2005.
- Lamongan, “Potensi Perikanan / Kelautan”, dalam <https://lamongankab.go.id/paciran/potensi-perikanan-kelautan>, diakses pada tanggal 9 April 2018.
- Larasati, Theresiana Ani. *Kekehan: Permainan Gangsing Daerah Lamongan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan.
- Meleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.
- Mudhofaroh, Atika. “Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat di Lazis Jateng Cabang Temanggung”. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2005.
- Nitisemito, Alex S. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Nugroho, Bagus Adi. Wawancara, Lamongan, 30 Januari 2018.
- Nurlailah. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Ridhawati, Ria Resti. “Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada Toko Rabbani Semarang”. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- S., Andri Tri. Wawancara, Lamongan, 14 Januari 2018.
- . Wawancara. Lamongan, 27 November 2017.
- Satu, Berita. “2016, Kemkop dan UKM akan Revitalisasi 85 Pasar Tradisional”, dalam www.beritasatu.com/ekonomi/351651-2016-kemkop-dan-umkm-akan-revitalisasi-85-pasar-tradisional.html, diakses pada tanggal 16 Oktober 2017.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media, 2005.
- Statistik, Badan Pusat. “Jumlah Penduduk Perempuan Menurut Kecamatan dan Kelompok Umur di Kabupaten Lamongan 2016”, dalam

