

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ROSO BAKERY  
KECAMATAN KERTOSONO KABUPATEN  
NGANJUK DALAM MENINGKATKAN  
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF  
SYAKIR SULA**

**SKRIPSI**

Oleh

**DALFAUL AFIFATU SOLIKAH**

**NIM: 08010420006**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

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

**2024**

## PERNYATAAN

Saya, Dalfaul Afifatu Solikah, 08010420006, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 9 Januari 2024



Dalfaul Afifatu Solikah

NIM. 08010420006

**Halaman Persetujuan Skripsi/Munaqosah**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Surabaya, 01 Februari 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



Fatikul Himami, M.E.I

NIP. 198009232009121002

## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ROSO BAKERY KECAMATAN KERTOSONO KABUPATEN NGANJUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF SYAKIR SULA

Oleh  
Dalfaul Afifatu Solikah  
NIM: 08010420006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal  
15 Maret 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

#### Susunan Dewan Penguji:

1. Fatikul Himami, M.E.I.  
NIP. 198009232009121002  
(Penguji 1)
2. Masadah, M.H.I., M.Pd.I.  
NIP. 197812052006042003  
(Penguji 2)
3. Dr. Hj. Imroatul Azizah, M.Ag.  
NIP. 197308112005012003  
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM.  
NIP. 199308172020122024  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan:



Surabaya, 15 Maret 2024

Dekan,  
  
Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**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](mailto: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 : Dalfaul Afifatu Solikah  
NIM : 08010420006  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : dalfaulafifatus@gmail.com

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

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

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ROSO BAKERY KECAMATAN KERTOSONO  
KABUPATEN NGANJUK DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF  
SYAKIR SULA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin 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, 26 Maret 2024

Penulis

( Dalfaul Afifatu Solikah )

## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Selain itu UMKM merupakan penyumbang pendapatan perkapita terbesar serta tahan terhadap krisis perekonomian negara. Industri makanan, seperti bisnis bakery, memiliki prospek yang cerah dalam dunia bisnis, seperti yang terlihat dari Roso Bakery. Namun, fluktuasi penjualan yang dialami Roso Bakery menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang tepat. Selain itu persaingan bisnis yang sengit mendorong para pengusaha untuk mengambil berbagai langkah tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab rumusan masalah terkait strategi yang dilakukan Roso Bakery Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk dalam meningkatkan omzet penjualan ditinjau dari perspektif Syakir Sula.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode penelitian yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui beberapa tahap yaitu reduksi data, penyajian data kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Roso Bakery melalui sosial media (*facebook* dan *whatsapp*) serta strategi dari mulut ke mulut cukup efektif, namun terjadi penurunan tingkat penjualan pada tahun terakhir. Adapun hal tersebut terjadi karena kurang gencarnya Roso bakery dalam melakukan promosi. Selain menerapkan strategi pemasaran konvensional, Roso bakery ternyata juga menerapkan strategi pemasaran syariah yang meliputi ketuhanan (*rabbaniyyah*), menjunjung tinggi akhlaq mulia (*akhlaqiyah*), realistik (*al waqiyyah*), dan humanistis (*insaniyyah*).

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis, Roso Bakery dapat memperkenalkan sebuah sarana untuk menerima masukan dan saran dari pelanggan melalui kotak saran. Roso bakery juga diharapkan lebih gencar lagi dalam melakukan promosi produk, seperti dengan melakukan promosi iklan pada sosial media dan pemberian diskon pada pembelian produk tertentu.

**Kata kunci: strategi pemasaran, omzet penjualan, pemasaran Syakir Sula**



## ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the drivers of the economy in Indonesia. Apart from that, MSMEs are the largest contributor to per capita income and are resistant to the country's economic crisis. The food industry, such as the bakery business, has bright prospects in the business world, as seen from Roso Bakery. However, the sales fluctuations experienced by Roso Bakery show the need for an appropriate marketing strategy. Apart from that, fierce business competition encourages entrepreneurs to take various steps without considering Islamic principles. This research aims to answer the problem formulation related to the strategy carried out by Roso Bakery, Kertosono District, Nganjuk Regency in increasing sales turnover from the perspective of Syakir Sula.

This research uses descriptive qualitative research using primary data sources and secondary data sources. The research methods used are interviews, observation and documentation. The data obtained was then analyzed through several stages, namely data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results of this research are that the marketing strategy carried out by Roso Bakery through social media (Facebook and WhatsApp) and word of mouth strategy is quite effective, however there has been a decline in sales levels in the last year. This happened because Roso Bakery was not aggressive enough in carrying out promotions. Apart from implementing conventional marketing strategies, Roso Bakery also implements sharia marketing strategies which include belief in divinity (rabhaniyyah), upholding noble morals (akhlaqiyah), realistic (al waqiyah), and humanistic (insaniyyah).

To support business growth, Roso Bakery can introduce a facility to receive input and suggestions from customers through a suggestion box. Roso Bakery is also expected to be more aggressive in promoting its products, such as by carrying out advertising promotions on social media and providing discounts on purchasing certain products.

**Keywords: marketing strategy, sales turnover, Syakir Sula marketing**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....</b>	<b>5</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2 Batasan Masalah .....	5
<b>1.3 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Kajian Teori .....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Strategi Pemasaran .....	9
2.1.2 Omzet Penjualan.....	17
2.1.3 Pemasaran Syariah Perspektif Syakir Sula.....	19
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Instrumen Penelitian .....</b>	<b>39</b>
<b>3.4 Sumber Data .....</b>	<b>39</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>40</b>

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>



<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengolahan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>3.7</b>	<b>Teknik Analisis Data.....</b>	<b>44</b>
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....</b>	<b>46</b>
4.1.1	Sejarah Berdirinya Roso Bakery.....	46
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.3	Struktur Organisasi Roso Bakery.....	48
4.1.4	Peralatan.....	50
4.1.5	Proses Produksi Roso Bakery .....	50
<b>4.2</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>53</b>
4.2.1	Strategi Pemasaran Roso Bakery Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk dalam Meningkatkan Omzet Penjualan .....	53
4.2.2	Strategi Pemasaran Roso Bakery Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Syakir Sula.....	58
<b>4.3</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>62</b>
4.3.1	Analisis Strategi Pemasaran Roso Bakery Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk dalam Meningkatkan Omzet Penjualan.....	62
4.3.2	Analisis Strategi Pemasaran Roso Bakery Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Syakir Sula .....	74
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>81</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>81</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

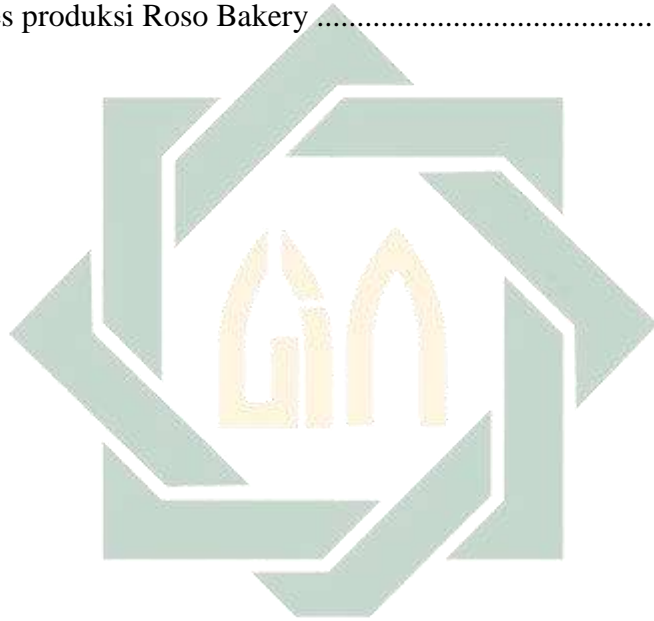
Tabel 1.1 Tabel Penjualan Roso Bakery .....	15
Tabel 2.1 Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....	26



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

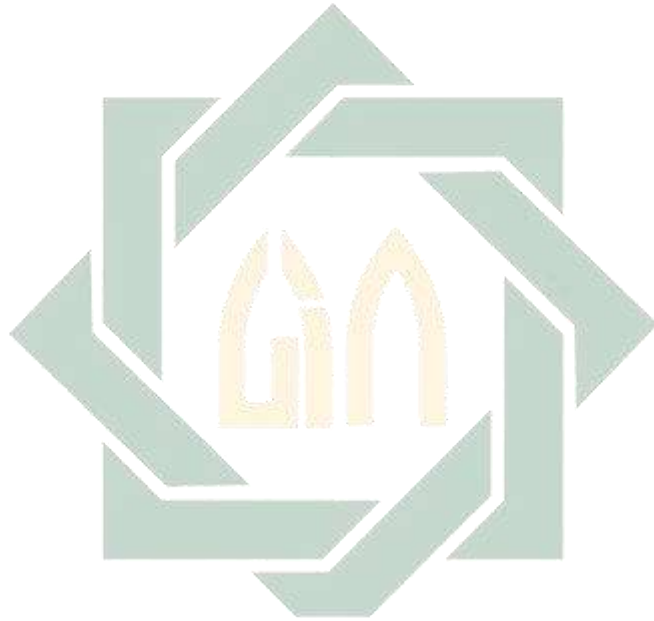
Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	37
Gambar 4.1 Struktur organisasi Roso Bakery .....	49
Gambar 4.2 Proses produksi Roso Bakery .....	52



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Panduan wawancara .....	85
Lampiran II Dokumentasi .....	93



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- M. Arie Pradina, -. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Usaha Pada Rotte Bakery Pekanbaru Menurut Perpektif Ekonomi Islam* [Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU]. <https://repository.uin-suska.ac.id/35942/>
- Marlia, R. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Surya Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Swalayan Surya Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)* [PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/5665/1/SKRIPSI%20RIYEN%20MARLIA.pdf>
- Mualifah, T. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Marketing Syariah Muhammad Syakir Sula (Studi Kasus Di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)* [Undergraduate, IAIN Kediri]. [https://doi.org/10/931304018\\_suratpernyataan.pdf](https://doi.org/10/931304018_suratpernyataan.pdf)
- Mursyid, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Naufal Bakery Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Universitas Muhammadiyah Makasar*. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/30308-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/30308-Full_Text.pdf)
- Musyafiroh, A. (t.t.). *FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG*.
- Nasuka, M. (2012). Etika Penjualan dalam Perspektif Islam. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.47-72>
- Pardila, P. (2018). *STRATEGI PEMASARAN USAHA KUE LIDYA BAKERY DI JORONG DAHLIA NAGARI LUBUK JANTAN*. IAIN Batusangkar. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/11960>
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). *Syariah marketing*. Mizan Pustaka. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=zo9N4Z64TywC&oi=fnd&pg=PR5&dq=buku+marketing+syariah+syakir+sula&ots=DoVBXsAWSu&sig=GS\\_jcIjCeJSLOxZk\\_j4AFwL\\_tXM](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=zo9N4Z64TywC&oi=fnd&pg=PR5&dq=buku+marketing+syariah+syakir+sula&ots=DoVBXsAWSu&sig=GS_jcIjCeJSLOxZk_j4AFwL_tXM)
- Ul Mardiyah, A. (2018). *Marketing Syariah Perspektif Muhammad Syakir Sula* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan]. <http://repository.uinsu.ac.id/4469/>
- Yani, J. A., Mangkunegara, A., & Aditama, R. (1995). Sugiyono. 2017, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

*New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra, Diktat Ku.*  
<http://repository.unjani.ac.id/repository/bb3c79a5b289950bb62ef247eb2d473a.pdf>

Yulianti, F. (t.t.). Lamsah, & Periyadi.(2019). *Manajemen Pemasaran. Book (Issue Desember). Deepublish.*

Zunaidi, A., & Trisnasari, V. (2021). PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN AMANAH iB DITINJAU DARI MARKETING MIX 4P:(Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang). *MUAMALATUNA*, 13(2), 23–43.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A