

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN PENDAPATAN UD. BORNEO KALIBOTO  
KIDUL LUMAJANG PERSPEKTIF BAURAN PEMASARAN  
SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Risma Dewanti**

**NIM: G94219180**



**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**

**2023**

## PERNYATAAN

Saya, Risma Dewanti, G94219180, 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, 6 Desember 2023



Risma Dewanti

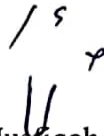
NIM : G94219180

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Surabaya, 5 Desember 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk di uji**

Dosen Pembimbing,



Siti Musfiqoh, M.E.I.

NIP. 197608132006042002

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN**  
**PENDAPATAN UD. BORNEO KALIBOTO KIDUL LUMAJANG PERSPEKTIF**  
**BAURAN PEMASARAN SYARIAH**

Oleh  
Risma Dewanti  
NIM: G94219180

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
Tanggal 22 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

**Susunan Dewan Penguji:**

**Tanda Tangan:**

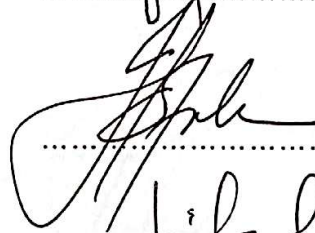
1. Dr. Siti Musfiqoh, M.E.I.  
NIP. 197608132006042002  
(Penguji 1)



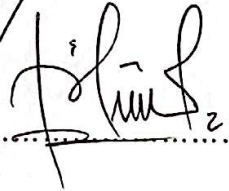
2. Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M., RSA.  
NIP. 197507032007012020  
(Penguji 2)



3. Masadah, M.H.I., M.Pd.I.  
NIP. 197812052006042003  
(Penguji 3)



4. Ismatul Khayati, M.E.  
NIP. 199010132022032001  
(Penguji 4)



Surabaya, 22 Desember 2023



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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Risma Dewanti  
NIM : G94219180  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail address : rismadewanti99@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 MENINGKATKAN PENDAPATAN

UD. BORNEO KALIBOTO KIDUL LUMAJANG PERSPEKTIF BAURAN PEMASARAN

SYARIAH

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, 03 Februari 2025

Penulis



( Risma Dewanti )  
*nama terang dan tanda tangan*



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan UD. Borneo Kaliboto Kidul Lumajang Perspektif Bauran Pemasaran Syariah". UD. Borneo merupakan salah satu *home industry* yang bergerak dalam bidang industri yang mempunyai produk sandal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran pada UD. Borneo yang telah diterapkan, serta untuk mengetahui apakah strategi pemasaran yang telah diterapkan sesuai dengan bauran pemasaran syariah.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lumajang yang berlokasi di Dusun Petung, RT/RW 002/003, Desa Kaliboto Kidul, Kecamatan Jatiroto, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan didapatkan dari hasil wawancara dengan wakil direktur, karyawan, dan konsumen. Data-data yang telah didapatkan kemudian diolah dengan menggunakan metode *editing* (pemeriksaan data), *classifying* (klasifikasi), *verifying* (verifikasi), *concluding* (kesimpulan).

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa strategi pemasaran yang digunakan UD. Borneo dalam aktivitas pemasaran telah melibatkan komponen-komponen pemasaran syariah. Penerapan bauran pemasaran syariah yang dilakukan oleh UD. Borneo terbilang sudah cukup baik. Produk yang dipasarkan jelas serta tidak merugikan orang lain, harga yang ditawarkan oleh UD. Borneo terjangkau, lokasi penjualan yang mudah ditemui seperti toko kelontong, swalayan, dan minimarket, didukung oleh tenaga manusia yang mumpuni, proses produksi yang baik, laporan transaksi dan keuangan yang baik, bertanggung jawab penuh pada kuantitas dan kualitas produk.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pihak *home industry* sandal UD. Borneo, agar pihak UD. Borneo lebih meningkatkan strategi pemasaran khususnya pada strategi pemasaran promosi, agar *home industry* sandal UD. Borneo tidak tertinggal terhadap arus perkembangan zaman dengan pemanfaatan promosi melalui media sosial.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Peningkatan Pendapatan

## ABSTRACT

This research is entitled "Analysis of Marketing Strategies in Increasing UD Revenue. Borneo Kaliboto Kidul Lumajang Sharia Marketing Mix Perspective". UD. Borneo is one of the home industries engaged in the industry that has sandal products. This study aims to determine the advantages and disadvantages of marketing strategies at UD. Borneo that has been implemented, and to find out whether the marketing strategy that has been implemented is in accordance with the sharia marketing mix.

This research was conducted in Lumajang Regency, located in Petung Hamlet, RT/RW 002/003, Kaliboto Kidul Village, Jatiroto Sub-district, Lumajang Regency, East Java. This research is a field research using descriptive qualitative method. The data sources used were obtained from interviews with the deputy director, employees, and consumers. The data that has been obtained is then processed using the method of editing (data checking), classifying (classification), verifying (verification), concluding (conclusion).

Based on the results of the research conducted, it was found that the marketing strategy used by UD. Borneo in its marketing activities has involved components of sharia marketing. The implementation of the sharia marketing mix by UD. Borneo is considered quite good. The products marketed are clear and do not harm others, the prices offered by UD. Borneo are affordable, the sales locations are easy to find such as grocery stores, supermarkets, and minimarkets, supported by competent human resources, good production processes, good transaction and financial reports, fully responsible for the quantity and quality of the products.

This study provides recommendations to the UD. Borneo sandal home industry, so that UD. Borneo further improves marketing strategies, especially on promotional marketing strategies, so that the UD. Borneo sandal home industry is not left behind by the current times by utilizing promotions through social media.

**Keywords :** Marketing Strategy, Marketing Mix, Revenue Increase

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DALAM</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN</b> .....	v
<b>DECLARATION</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	16
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Identifikasi Masalah.....	25
1.3 Batasan Masalah .....	26
1.4 Rumusan Masalah.....	26
1.5 Tujuan Penelitian .....	26
1.6 Manfaat Penelitian .....	27
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	28
2.1 Kajian Teori .....	28
2.1.1 Strategi Pemasaran .....	28
2.1.2 Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam .....	38
2.1.3 Konsep Pendapatan .....	46
2.2 Penelitian Terdahulu .....	53
2.3 Kerangka Konseptual.....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	64
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	64



3.2	Lokasi Penelitian.....	65
3.3	Sumber Data.....	66
3.3.1	Sumber Data Primer.....	66
3.3.2	Sumber data Sekunder .....	66
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1	Observasi.....	67
3.4.2	Wawancara.....	68
3.4.3	Dokumentasi .....	69
3.5	Teknik Pengolahan Data .....	70
3.6	Teknik Analisis Data.....	71
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>73</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
4.1.1	Sejarah UD. Borneo .....	73
4.1.2	Visi dan Misi UD. Borneo .....	76
4.1.3	Struktur Organisasi UD. Borneo.....	76
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	77
4.2.1	Strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UD. Borneo di Desa Kaliboto Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupetan Lumajang .....	77
4.2.2	Strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan UD. Borneo di Desa Kaliboto Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang perspektif pemasaran syariah Hermawan Kertajaya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3	Pembahasan.....	93
4.3.1	Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan UD. Borneo di Desa Kaliboto Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang .....	93
4.3.2	Implementasi strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan pendapatan UD. Borneo di Desa Kaliboto Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang perspektif pemasaran syariah Hermawan Kertajaya .....	116
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>121</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>123</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>128</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.0.1 Pendapatan UD. Borneo dari tahun 2018-2022 .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabel 4.2.1 Data pendapatan UD. Borneo pada tahun 2018-2022.....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4.3.1 Kode sandal beserta harga .....</b>	<b>100</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.3.1 Produk paling diminati .....	97
Gambar 4.3.2 Lokasi Produksi Sandal .....	105
Gambar 4.3.3 Ulasan UD. Borneo .....	Error! Bookmark not defined.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2.0.1 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>63</b>
<b>Bagan 4.1.1 Struktur Organisasi UD. Borneo .....</b>	<b>76</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. edited by P. Rapanna. CV. syakir Media Press.
- Achmadi, Abu, and Cholid Narkubo. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Alma, Buchari. 2016. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta,.
- Andriani, Lisa. 2019. “Strategi Pemasaran Usaha Tahu/Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.”
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budianto, Bambang. 2020. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Kedai Kampus Jl. Majapahit No 1a Mataram Skripsi.”
- Budiman, Wiwik, and Christine. 2017. “Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi Pada House of Moo, Semarang ).” *Industrial Engineering Online Journal* 6(1):8.
- Budio, Sesra. 2019. “Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat.” *Jurnal MENATA* 2(2):56–72.
- Butar, U. A. Butar. 2022. “Faktor–Faktor Dan Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Dengan Menggunakan Akad Musyarakah Mutanaqisah Di Bank Muamalat Indonesia: Studi Kasus Produk ....”
- Estefany, Nabila Veren, and Fitri Nur Latifah. 2022. “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat.” 5:181–95.

- Fadilah, Nur. 2020. "Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari'ah."  
*Salimiya* 1(2):208.
- Ham, Ferry Christian dkk. 2018. "Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado." *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 2:628–38.
- Hantoro, M. Hafidh. 2022. "MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM KOTA BANDAR LAMPUNG ( Studi Pada UMKM Kemplang Di Teluk Betung Kota Bandar Lampung )."
- Hidayah, Arini, and Purnadi. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Persaingan Pada Industri Batik Sokaraja, Kabupaten Banyumas." *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis* (2005):182-192 Diakses 12 Agustus 2022.
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. IV. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kasmir. 2017. *Manajemen Perbankan*. 14th ed. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. 2000. *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate), Prinsip, Prosedur & Metode*. 1st ed. Brawijaya Malang.
- Maulana, Asril. 2018. "Analisis Pendapatan Dan Beban Operasional Dalam Meningkatkan Laba Operasional Pada PT. Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara (PT KPB Nusantara)." *Jurnal Akuntansi* 1(2):25–27.



- Moleong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi*. 3rd ed. Salemba.
- Munawir, S. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*. 4th ed. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Nur Rianto Al Arif, M. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta,.
- Prabowo, Yoga Febryan. 2018. “Strategi Pemasaran Pt Telekomunika Anugerah Mandiri Sebagai Distributor Smartfren Untuk Meningkatkan Target Penjualan.” 7–27.
- Putra, Mokhammad Fikri Pramudya Tri. 2010. “Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Beban Pajak Terhadap Prediksi Laba Bersih (Studi Empiris Pada Pt Hm Sampoerna Tbk Periode 1999-2010).” *Unikom Journal of Accounting* 1(revisi 2009):1–20.
- Sa’adah, Umi. 2017. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Buah Naga Di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah).” 1–128.
- Sahidayani. 2021. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ( STUDI PADA PENJUAL MAKANAN DAN MINUMAN DI LAPANGAN PANCASILA PALOPO ) ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ( STUDI PADA PENJUAL MAKANAN DAN MINUMAN DI LAPANGAN PANCASILA.”
- Sam, Dede Satriani, and Evi Avriana. 2020. “Strategi Pemasaran Dalam

- Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Menurut Perspektif Ekonomi Islam.”  
1(1):36–47.
- Sandria, Wella, Sutriani Rahmi, and Efi Susanti. 2019. “Strategi Pemasaran Kain Kiloan Studi Kasus Toko Jambi Central Kota Jambi.” *Ekonomi KIAT* 30(2):68–76.
- Santana, Septiawan. 2010. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka bor Indonewsia.
- Saudjana, Nana, and Ahwal Kusuma. 2002. *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Argasindo.
- Sidiq, Umar, and Mohammad Miftachul Choiri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Vol. 53.
- Suryani. 2012. “STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN TAHU STUDI KASUS TAHU‘BULU LAGA’ DI KECAMATAN LEMBAH MELINTANG KABUPATEN PASAMAN BARAT.”
- Syahrifudin. 2018. “Pengaruh Pendapatan Pengelolaan Dana Keluarga Aparatur Sipil Negara (ASN) Terhadap Pemberian Kredit Bank (Studi Kasus Sivitas Akademik IAIAN Manado).” *Journal Economic And Business OF Islam* 3(2):247–76.
- Ulya, Amalia Farkhatul. 2019. “STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH PADA PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN HAJI KHUSUS.” *Duke Law Journal* 1(1).
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Utami, Rizki, and Unun Roudlotul Janah. 2022. “Analisis Marketing Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Tempe De Yati Madiun.” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2(2):211–28. doi:

10.21154/niqosiya.v2i2.769.

Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin, and Sunarti. 2015. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29(1):59–66.

Wira Sanjaya, Joko. 2020. “STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARI’AH.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU-PEKANBARU.

WITARI, S. R. A. 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Peningkatan Pendapatan Foto Copy Spectra Rumbai Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi ....”

Wulandari, Tenriana. 2017. “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Jasa Keuangan Syariah (Bank BNI Syariah Di Kota Palopo).” IAIN PALOPO.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A