

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PRODUK GENTENG DM SOKKA
KEBUMEN**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Firdos Ade Pratama

1921159

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2023**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAN
VOLUME PENJUALAN PRODUK GENTENG DM SOKKA
KEBUMEN**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Disusun Oleh :

Firdos Ade Pratama

1921159

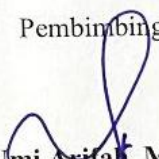
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2023**

PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAN
VOLUME PENJUALAN PRODUK GENTENG DM SOKKA
KEBUMEN

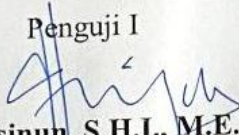
Oleh :
Firdos Ade Pratama
1921159

Telah dimunaqosahkan di depan sidang Penguji
Pada tanggal 11 September 2023
Dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Ekonomi Syari'ah
Pada Tanggal.....

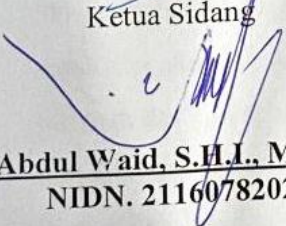
Pembimbing


Umi Aritah, M.M
NIDN. 2114088703

Penguji I


Mukhsinuh, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2105038102

Ketua Sidang


Abdul Waid, S.H.I., M.S.I.
NIDN. 2116078202

Penguji II

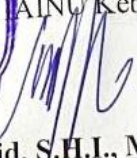

Munir Achyar, SE., M.Si.
NIDN. 630056301

Sekretaris Sidang


Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E.
NIDN. 2124059401



Mengesahkan,
Dekan IAINU Kebumen


Abdul Waid, S.H.I., M.S.I.
NIDN. 2116078202



**INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 3532 Tahun 2013
Jl. Tentara Pelajar No. 55B Telp. (0278) 385902 Kebumen 54312
Website: www.iainukebumen.ac.id Email : info@iainukebumen.ac.id

NOTA DINAS

Hal: Skripsi

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen

c/q Biro Skripsi

Di

Tempat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

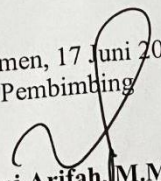
Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen Nomor : In.11/X.10/IAINU/F.IV/I/025/2023 tertanggal 29 Januari 2023 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2022/2023. Sebagai Pembimbing Skripsi Saudara:

Nama	: Firdos Ade Pratama
NIM	: 1921159
Program studi	: Ekonomi Syariah
Tahun akademik	: 2022/2023
Judul Skripsi	: STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GENTENG DM SOKKA KEBUMEN

Maka setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap Skripsi tersebut sebagai hasil penelitian/ kajian mendalam telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah IAINU Kebumen Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kebumen, 17 Juni 2023
Pembimbing


Umi Arifah, M.M
NIDN. 2114088703

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Firdos Ade Pratama

NIM : 1921159

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk
Genteng DM Sokka Kebumen

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar-benar hasil penelitian/pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar sarjana yang saya sandang.

Kebumen, 17 Juni 2023



(Firdos Ade Pratama)

MOTTO

Segala usaha harus disertai dengan doa. Segala doa juga harus diimbangi dengan usaha. Perkara hidup besok itu rahasia, hanya doa dan usaha yang menolong hari esok.

__Firdos

PERSEMBAHAN

Perjuangan penelitian ini saya persembahkan kepada orang-orang terkasih, terutama kedua orang tua. Perjuangan penelitian ini juga kupersembahkan untuk kemajuan ilmu pengetahuan.

ABSTRAK

Bergerak sebagai industri kecil pembuat genteng di Kabupaten Kebumen mengharuskan Genteng DM Sokka Kebumen bersaing dengan ketat, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang dapat memberikan volume penjualan yang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Genteng DM Sokka Kebumen dalam meningkatkan volume penjualan produk. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, desain penelitian deskriptif. Tempat penelitian pada industri kecil Genteng DM Sokka Kebumen dengan narasumber penelitian berjumlah 5 orang. Hasil penelitian diketahui bahwa strategi pemasaran Genteng DM Sokka Kebumen dalam meningkatkan volume penjualan dilakukan dengan cara: 1) *segmentation* yang fleksibel dengan melihat kondisi pasar dan memperhatikan produk dari segi kegunaannya menunjukkan bahwa produk genteng bukan produk sajian di mana semua orang butuh setiap hari; 2) *targeting* dengan cara menargetkan pembeli tertentu sebagai target utama pemasaran, selain itu juga tetap menargetkan pasar secara umum; 3) *positioning* dengan cara bersaing kualitas daripada bersaing harga dan Genteng DM Sokka Kebumen menjalankan prinsip tersebut; 4) harga dengan menempatkan harga sesuai kualitas produk dan biaya pembuatannya; 5) promosi dengan cara menguatkan promosi *offline* serta menjamah lebih jauh promosi secara *online*; 6) kualitas dengan cara mengedepankan kualitas produk daripada bersaing harga yang akan membuat menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk; 7) secara khusus Genteng DM Sokka belum menerapkan sistem saluran distribusi dalam hal ini membangun mitra kerja dengan pihak lain; 8) produk genteng yang diproduksi Genteng DM Sokka Kebumen dibuat berdasarkan kebutuhan dan keselarasan pelanggan.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Moving as a small tile manufacturing industry in Kebumen Regency requires DM Sokka Kebumen tiles to compete strictly, so a marketing strategy is needed that can provide maximum sales volume. This study aims to determine the marketing strategy used by the DM Sokka Kebumen tile in increasing product sales volume. This type of research is qualitative, descriptive research design. The research location was in the DM Sokka Kebumen small roof tile industry with 5 research informants. The results of the research show that the DM Sokka Kebumen tile marketing strategy in increasing sales volume is carried out by: 1) flexible segmentation by looking at market conditions and paying attention to the product in terms of its use shows that tile products are not a product that everyone needs every day; 2) targeting by targeting certain buyers as the main marketing target, while still targeting the market in general; 3) positioning by means of competitive quality rather than price competition and the DM Sokka Kebumen tile carries out this principle; 4) price by placing the price according to the quality of the product and the manufacturing cost; 5) promotion by strengthening offline promotions and further exploring online promotions; 6) quality by prioritizing product quality rather than price competition which will reduce consumer confidence in products; 7) in particular, the DM Sokka tile has not implemented a distribution channel system in this case building partners with other parties; 8) tile products produced by DM Sokka Kebumen tiles are made based on customer needs and conformity.

Keywords: Strategy, Marketing, Sales Volume

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamini, puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT., yang telah memberikan kesehatan, semangat, kemudahan dan kelancaran kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini. Atas rahmat-Nya juga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah menyampaikan risalahnya sehingga umat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah, dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang-benderang seperti ini.

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Genteng DM Sokka Kebumen” ini disusun untuk menyelesaikan studi program sarjana ekonomi jurusan ekonomi syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen. Dalam penelitian skripsi ini, peneliti akui tidak sedikit hambatan dan rintangan yang ditemui baik dalam pengumpulan data maupun dalam penyusunannya. Dan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yaitu:

1. Bapak Fitria Najitama, S.H.I., M.S.I selaku Rektor IAINU Kebumen, yang telah memanajemen mekanisme penelitian dengan baik dari awal semester sampai akhir semester yang ditutup dengan tugas akhir penelitian skripsi.
2. Benny Kurniawan, M.Pd.I selaku wakil Rektor I dan Faisal, M.Ag selaku Wakil Rektor II IAINU Kebumen yang telah mengatur mekanisme pendidikan

dengan baik dari awal semester sampai akhir semester yang ditutup dengan tugas akhir penelitian skripsi.

3. Bapak Mukhsinun, S.H.I., M.E.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen yang telah memberikan pengarahan, nasehat, kritik serta motivasi dalam proses penulisan proposal sampai hasil skripsi.
4. Bapak H. Munir Achyar, S.E., M.Si selaku Kaprodi Ekonomi Syariah dan Bapak Nur Iman Hakim Al-Fath, S.E.I., M.E.K selaku Kaprodi Perbankan Syariah IAINU Kebumen yang sudah sabar menghadapi mahasiswa angkatan 2023 dan selalu memberikan dukungan dan motivasi selama proses penelitian skripsi.
5. Ibu Umi Arifah, M.M selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dari awal sampai akhir. Terima kasih banyak atas kesabarannya.
6. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan dari awal sampai akhir penyusunan skripsi dan juga sudah menjadi pihak pertama yang selalu ada di setiap keadaan baik suka maupun duka.
7. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari semua dosen, staff dan teman-teman mahasiswa yang sudah memberikan dukungan serta pendapat terkait penelitian.
8. Genteng DM Sokka Kebumen yang telah memberikan izin kepada peneliti melakukan penelitian di usaha produksi genteng tersebut.
9. Ibu Siti Faikoh selaku pemilik dari industri kecil Genteng DM Sokka Kebumen, terima kasih telah diberikan kesempatan dan kepercayaannya untuk

melakukan penelitian di lokasi produksi Genteng Sokka buatan Genteng DM Sokka Kebumen.

10. Para karyawan Genteng DM Sokka Kebumen, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk dikunjungi, diamati, serta diwawancari sebagai bagian dari kelancaran proses penelitian ini.
11. Bapak Jumhari dan Ibu Oma selaku pelanggan genteng di Genteng DM Sokka Kebumen, terima kasih telah bersedia dan menerima kehadiran peneliti untuk melakukan sesi wawancara penelitian.
12. Untuk (Adik/pasangan/keluarga lain) terima kasih telah membantu proses penelitian sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dan membanggakan keluarga dengan hasil yang memuaskan.
13. Kepada seluruh keluarga besar peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan. Semoga kita semua diberikan limpahan keberkahan, kesehatan dan kebahagiaan dalam hidup oleh Allah SWT.
14. Teman-teman seperjuangan angkatan 2023 yang telah bersama-sama saling berbagi pengetahuan dan saling menyemangati dalam proses menyelesaikan skripsi.
15. Kepada seluruh pihak yang turut membantu namun tidak tersampaikan dalam kata pengantar ini, terima kasih telah banyak membantu banyak hal dalam proses penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT., memberika kelancaran kalian semua dalams egala hal.

Semoga Allah SWT., selalu melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya kepada pihak-pihak yang tertulis di atas. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih

belum sempurna, oleh karena itu peneliti meminta maaf yang setulus-tulusnya jika ada kesalahan kata, pemikiran atau yang lainnya.

Kebumen, 17 Juni 2023

Firdos Ade Pratama

1921159

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN MUNAQOSAH	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Penegasan Istilah	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Strategi Pemasaran.....	10
1. Pengertian Strategi Pemasaran	10
2. Indikator Strategi Pemasaran.....	15
B. Volume Penjualan.....	16
1. Pengertian Volume Penjualan	16
2. Indikator Volume Penjualan.....	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	21
4. Cara Meningkatkan Volume Penjualan.....	22
C. Hasil Penelitian Terdahulu	23
D. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Pendekatan Penelitian.....	26

B. Desain Penelitian	26
C. Subjek Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum DM Sokka Kebumen	33
1. Profil DM Genteng Sokka Kebumen	33
2. Sejarah Singkat Genteng Sokka Kebumen.....	34
3. Produk Merk dan Jenis Genteng DM Sokka	35
B. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada Genteng DM Sokka Kebumen	38
1. Segmentasi Pemasaran DM Genteng Sokka Kebumen.....	40
2. Targeting Pemasaran DM Genteng Sokka Kebumen.....	46
3. Positioning Pemasaran DM Genteng Sokka Kebumen	49
4. Harga Volume Penjualan DM Genteng Sokka Kebumen	53
5. Promosi Volume Penjualan DM Genteng Sokka Kebumen	55
6. Kualitas Volume Penjualan DM Genteng Sokka Kebumen	58
7. Saluran Distribusi Volume Penjualan DM Genteng Sokka Kebumen...	59
8. Produk Volume Penjualan DM Genteng Sokka Kebumen	60
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
C. Kata Penutup	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Produk PT. Genteng DM Sokka Th. 2020-2022	7
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3 Informan Penelitian	27
Tabel 4 Pedoman Wawancara Penelitian.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teori Penelitian	25
Gambar 2 Industrial Kecil Genteng DM Sokka Kebumen	37
Gambar 3 Produk Genteng di Genteng DM Sokka	38
Gambar 4 Genteng Sokka Jenis Plentong	39
Gambar 5 Genteng Sokka Jenis Magas	40
Gambar 6 Genteng Sokka Jenis Kodok	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Rekap Wawancara Penelitian.....	70
Lampiran 2 Surat Permohonan Ijin Riset	81
Lampiran 3 Wawancara Bersama Ibu Siti Faikoh	82
Lampiran 4 Wawancara bersama Pak Sugeng.....	82
Lampiran 5 Wawancara bersama Pak Burhan	83
Lampiran 6 Wawancara Bersama Ibu Oma	83
Lampiran 7 Tempat Produksi Genteng DM Sokka Kebumen.....	84