

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA INDUSTRI GARAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**
(Studi Kasus Di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI**

OLEH :
UTAMI WAHYUNINGSIH
20.21219

PEMBIMBING :
Dr. UMI ARIFAH, S.Pd.I.,M.M.
NIDN 2114088703

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2024**



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 53412

Website : www.iamukebumen.ac.id Email : info@iamukebumen.ac.id

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen

c/q Birō Skripsi

Di

Tempat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen No. In.11/X.10/IAINU/F.IV/I/013/2024 tertanggal 13 Februari 2024 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2023/2024. Sebagai Pembimbing Skripsi Saudara :

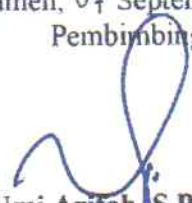
Nama	: Utami Wahyuningsih
NIM	: 2021219
Progam Studi	: Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	: 2023/2024
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Garam (Studi Kasus Di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto)

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 munaqosah IAINU Kebumen.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqosahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kebumen, 07 September 2024
Pembimbing


Dr. Umi Arifah, S.Pd.I., M.M.
NIDN 2114088703

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK
UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
PADA INDUSTRI GARAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto)

Oleh :

UTAMI WAHYUNINGSIH

20.21219

Telah di munaqosahkan di depan Sidang Penguji

Pada Tanggal... 11... September... 2024

dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana

Strata 1 Ekonomi Syariah

Pada Tanggal... 11... September... 2024

Pembimbing


Dr. Umi Arifah, S.Pd.I., M.M.
NIDN 2114088703

Penguji I


Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I.
NIDN 2110068702

Penguji II


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

Ketua Sidang


Aniesatun Nurul Aliefah, S.E.Sv., M.E.
NIDN 2124019202

Sekretaris


Annisa Mangole, M.E.
NIDN 2110129003

Mengesahkan
Dekan,




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

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Utami Wahyuningsih
NIM : 2021219
Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Garam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto)**

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 atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini 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 kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 11 September 2024



Utami Wahyuningsih
20.21219

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2 : 286)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat.

Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. PERCAYA PROSES itu yang paling penting, karena Allah telah memepersiapkan Hal Baru di balik kata Proses yang kamu anggap Rumit”

(Edwar Satria)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'Allamin, karya ini merupakan bentuk rasa syuku saya kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat karunia pertolongan yang tiada henti hingga saat ini. Penulis mempersembahkan karya skripsi ini kepada:

1. **Kedua orang tuaku Bapak Sugiyanto dan Ibu Samsiyatun.**

Bapak dan Ibu tersayang yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terimakasih Bapak dan Ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi sarjana. Semoga Bapak dan Ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu. *Iloveyou more more more*

2. Adik terkasih **Nazhirotul Shiren Atikah, Imron Kurniawan**. Terimakasih telah menjadi bagian dari hidup ini, terimakasih atas segala do'a dan semangat yang telah diberikan. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat adikku.

3. **Keluarga besar** saya, yang selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a kepada saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

4. **Utami Wahyuningsih**, *last but no least*, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya. Terimakasih sudah bertahan sampai saat ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam, *Alhamdulillah, Alhamdulillah, Alhamdulillah*. Tiada hentinya penulis panjatkan rasa puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Garam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto).

Shalawat dan salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah gigih dan ikhlas menyampaikan ajaran agama Islam dengan penuh cinta, kasih, perdamaian dengan balutan keindahan, semoga kita mendapat syafaatnya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat untuk bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini telah selesai tiada lain atas pertolongan Allah SWT. Disamping itu, penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen
2. Bapak Abdul Waid, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen
3. Ibu Aniesatun Nurul Aliefah, S.E.Sy., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah FEBI IAINU Kebumen
4. Bapak Nur Imam Hakim Al Faqih, S.E.I., M.E.K., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah FEBI IAINU Kebumen.
5. Ibu Dr. Umi Arifah, S.Pd.I., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi terbaik, yang telah sabar membimbing saya, sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.

Terimakasih atas segala arahan, masukan, motivasi dan waktu yang telah diluangkan.

6. Segenap dosen dan staff administrasi Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta pelayanan akademik dengan sangat baik dan penuh kesabaran.
7. Orang tua penulis Bapak Sugiyanto dan Ibu Samsiyatun, yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik moral maupun material, serta selalu memberikan kasih sayangnya dan yang selalu mendoakan penulis sampai pada hari ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindunginya.
8. Keluarga besar penulis, Adik penulis Nazhirotul Shiren Atikah dan Imron Kurniawan, yang selalu memberikan doa dan dukungan semangat kepada penulis, semoga Allah SWT selalu melindunginya.
9. Irfan Yusuf Rahmadi yang telah memberikan dukungan serta meluangkan waktunya dalam menemani proses penelitian skripsi penulis. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan melancarkan segala urusannya.
10. Bapak Budi Santoso selaku pemilik Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto beserta tenaga kerjanya yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang sangat berguna bagi penelitian ini. Terimakasih atas kerjasamanya.
11. Yuni Nur'aini selaku teman dekat penulis semasa kuliah. Terimakasih telah membuat kehidupan perkuliahan terasa begitu cepat dan penuh kebahagiaan. Seluruh dukungan dan dorongan yang telah diberikan akan selalu penulis kenang. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan selalu serta melancarkan segala urusannya.
12. Teman-teman pejuang skripsi angkatan 2024 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, mereka yang telah memberikan semangat, menemani dan banyak membantu kepada penulis.
13. Semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua partisipasi yang telah diberikan

kepada penulis menjadi amal sholeh dan mendapatkan amal balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Akhirnya skripsi ini telah selesai disusun, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga semua pihak yang telah memberikan bantuan dan support kepada penulis menjadi amal sholeh serta senantiasa mendapatkan barokah dan semua yang diperoleh penulis mendapatkan Ridlo dari Allah SWT. Amiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK ...	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Penegasan Istilah	9
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	11
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KERANGKA TEORITIS	14
A. Landasan Teori	14
1. Strategi Pemasaran	14
a. Pengertian Strategi Pemasaran	14
b. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	16
c. Bauran Pemasaran	18
2. Inovasi Produk.....	25
a. Pengertian Inovasi Produk.....	25
b. Tujuan Inovasi Produk	27
c. Indikator Inovasi Produk	28
d. Jenis – Jenis Inovasi Produk.....	30
3. Volume Penjualan	31
a. Pengertian Volume Penjualan	31
b. Indikator Volume Penjualan.....	31
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	32
d. Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan	33
4. Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam.....	34
a. Pengertian Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam	34
b. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	35

B. Telaah Pustaka.....	36
C. Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Desain Penelitian.....	43
C. Subjek Penelitian.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisa Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto	48
1. Sejarah Berdirinya Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	48
2. Letak Geografis Wisata Edukasi Tunnel Garam	52
3. Visi dan Misi Wisata Edukasi Tunnel Garam	52
4. Struktur Organisasi Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	53
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	53
1. Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	53
2. Strategi Inovasi Produk Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	67
3. Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Pada Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto Perspektif Ekonomi Islam	77
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan di Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	7
Tabel 4.1 Varian dan Manfaat Produk di Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	54
Tabel 4.2 Daftar Harga Produk di Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Merek Wisata Edukasi Tunnel Garam.....	48
Gambar 4.2 Produk-Produk di Wisata Edukasi Tunnel Garam	57
Gambar 4.3 Kemasan Produk Sebelum Melakukan Inovasi.....	71
Gambar 4.4 Kemasan Produk Setelah Melakukan Inovasi	72

ABSTRAK

Wisata Edukasi Tunnel Garam merupakan salah industri penghasil garam berkualitas tinggi di Kabupaten Kebumen. Selain berkualitas tinggi disini juga telah melakukan berbagai inovasi dalam pengembangan produk garam. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan inovasi produk yang diterapkan di Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto dalam meningkatkan volume penjualan perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimana tujuannya untuk mendapatkan suatu gambaran secara mendalam mengenai kasus yang sedang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, tenaga kerja dan konsumen. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian Wisata Edukasi Tunnel Garam telah menerapkan strategi pemasaran berupa bauran pemasaran 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Strategi inovasi produk diterapkan dengan menggunakan tiga indikator, yaitu fitur produk, desain dan rancangan produk, kualitas produk dan adanya penambahan inovasi pemasaran berupa kemitraan. Melalui strategi pemasaran dan inovasi tersebut Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogopragoto mampu meningkatkan volume penjualan dibuktikan dengan data volume penjualan yang disajikan. Strategi pemasaran dan inovasi produk melalui pendekatan perspektif ekonomi Islam dengan *Rabbaniyyah*, *Akhlaqiyyah*, *Al- Waqiyyah*, dan *Al-Insaniyyah*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, Volume Penjualan, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Salt Tunnel Educational Tourism is one of the industries producing high quality salt in Kebumen Regency. Apart from high quality, here they have also carried out various innovations in developing salt products. The aim of this research is to find out how the marketing strategy and product innovation implemented at the Salt Tunnel Educational Tourism in Tlogopragoto Village increase sales volume from an Islamic economic perspective.

This type of research is qualitative research with a case study approach where the aim is to get an in-depth picture of the case being studied. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Interviews conducted with business owners, workers and consumers. The data sources used are primary data and secondary data. Data analysis is used by data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

Based on research results, the Salt Tunnel Educational Tourism has implemented a marketing strategy in the form of a 4P marketing mix, namely Product, Price, Place and Promotion. The product innovation strategy is implemented using three indicators, namely product features, product design and design, product quality and additional marketing innovation in the form of partnerships. Through this marketing and innovation strategy, the Tlogopragoto Village Salt Tunnel Educational Tour was able to increase sales volume as evidenced by the sales volume data presented. Marketing strategy and product innovation through an Islamic economic perspective approach with Rabbaniyyah, Akhlaqiyyah, Al-Waqiyyah, and Al-Insaniyyah.

Keywords : *Marketing Strategy, Product Innovation, Sales Volume, Islamic Economics*