

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENDAPATAN *HOME INDUSTRY* SALE PISANG BERKAH  
JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA  
LAMPUNG TIMUR**

**Oleh:**

**KHUSNUL HIDAYATI  
NPM. 2103012020**



**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG  
1447 H / 2026 M**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENDAPATAN *HOME INDUSTRY* SALE PISANG BERKAH  
JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA  
LAMPUNG TIMUR**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**KHUSNUL HIDAYATI**  
NPM. 2103012020

Pembimbing: Zumaroh, M.E.,Sy.

Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG**  
**1447 H / 2026 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Email:stainjusila@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan skripsi untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Jurai Siwo Lampung  
Di -  
Tempat

***Assalamualaikum Wr.Wb***

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka, Skripsi penelitian yang disusun oleh:

Nama : KHUSNUL HIDAYATI  
NPM : 2103012020  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
PENINGKATAN PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE  
PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM  
KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

***Wassalamualaikum Wr. Wb***

Metro, 10 Desember 2025  
Pembimbing,

Zumaroh, M.E.,Sy.  
NIP. 19790422 200604 2 002

#### HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH  
JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA  
LAMPUNG TIMUR

Nama : KHUSNUL HIDAYATI

NPM : 2103012020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

#### MENYETUJUI

Untuk di munaqosyah kan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, 10 Desember 2025  
Pembimbing,



Zumaroh, M.E., Sy.  
NIP. 19790422 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringinulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: [stainjusila@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusila@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B- 0962 / Un-36.3 / D / Pt.00.9 / 12 / 2025

Skrripsi dengan Judul: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
PENINGKATAN PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH  
JAYA DI DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG  
TIMUR, disusun oleh: Khusnul Hidayati, NPM: 2103012020, Prodi: Ekonomi Syariah,  
telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada  
hari/tanggal: Jumat/19 Desember 2025.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Zumaroh, M.E.Sy.  
Penguji I : Dharma Setyawan, M.A.  
Penguji II : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy.  
Sekretaris : Hanna Hilyati Aulia, M.Si.



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
**Dr. Dri Santoso, M.H.**  
NIP. 19670316 199503 1 001

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN *HOME INDUSTRY SALE* PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR

Oleh:

**Khusnul Hidayati**  
**NPM: 2103012020**

*Home industry* memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi kerakyatan dan penyerapan tenaga kerja. *Home Industry Sale* Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram mengalami penurunan pendapatan sebesar 80% dari Rp.10.000.000 per bulan (2018) menjadi Rp.2.000.000 per bulan (2024). Penurunan ini disebabkan oleh dampak pandemi Covid-19 dan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif, khususnya pemanfaatan media sosial. Volume produksi menurun drastis dari 50 kg per minggu (2016-2018) menjadi hanya 15 kg per minggu (2023-2024), atau turun sebesar 70%. Jumlah pekerja berkurang dari 9 orang menjadi 1-2 orang, mengalami penurunan hingga 89%.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan pada *Home Industry Sale* Pisang Berkah Jaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer menggunakan teknik *purposive sampling* diperoleh dari pemilik usaha, karyawan, dan pemilik toko penitipan produk, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dan literatur terkait. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Home Industry Sale* Pisang Berkah Jaya telah menerapkan strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) namun belum optimal. Keunggulan produk terletak pada rasa legit alami dan proses pengeringan tradisional menggunakan sinar matahari. Namun, strategi promosi masih sangat terbatas karena belum memanfaatkan media sosial dan hanya mengandalkan sistem penitipan ke toko-toko lokal. Keterbatasan pengetahuan digital marketing dari pemilik dan pekerja menjadi hambatan utama dalam pengembangan strategi pemasaran. Untuk meningkatkan pendapatan, disarankan agar usaha ini mengoptimalkan pemasaran digital, meningkatkan variasi produk, dan memperkuat kemampuan sumber daya manusia dalam bidang pemasaran.

**Kata kunci:** *Strategi Pemasaran, Home Industry, Sale Pisang, Pendapatan, Bauran Pemasaran 7P*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khusnul Hidayati

NPM : 2103012020

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 19 Desember 2025  
Yang menyatakan



Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020

## MOTTO

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْبَتِ اسْتَعْجِرُهُ <sup>عَلِي</sup> إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَعْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".

(Qs. Al-Qasas:26)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Karya sederhana ini saya persembahkan dengan segenap hati kepada:

1. Untuk kedua orang tuaku bapak Muhadi dan ibu Sugiyati sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ibu dan bapak yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih dan materil yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selebar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan bapak bangga, karena ku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk kedua orangtuaku terimakasih banyak segala doa, motivasi dan nasehat untukku menjadi lebih baik. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi ibu dan bapak harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian dihidup penulis.
2. Untuk kakakku tercinta, Siska Ayu Anggraini. M.H yang selalu ada didalam senang maupun susah. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih sudah membantu dan memberikan semangat yang selalu diberikan kepadaku. Tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat kakakku.
3. Bapak pembimbing akademik, Northa Idaman, M.M yang selalu memberi arahan selama ini.

4. Ibu pembimbing, Zumaroh,M.E.,Sy yang selalu mengarahkan dan membimbing peneliti hingga selesainya skripsi ini.
5. Ketiga sahabat terbaikku, Alya Nurul Fauziah, Antani Setia Ningsih dan Exsa Pertiwi yang telah memberikan warna selama perkuliahan dan selalu menemani setiap suka duka hingga akhir perkuliahan.
6. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.
7. Terakhir, kepada diri sendiri. Khusnul hidayati. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, walau sering kali merasa putus asa apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd.,Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri UIN Jurai Siwo Lampung.
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. M. Mujib Baidhowi, M.E., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri UIN Jurai Siwo Lampung.
4. Zumaroh M.E.Sy selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan UIN Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh Pendidikan

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Hingga akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah

Metro, 19 Desember 2025

Peneliti



Khusnul Hidayati  
NPM.2103012020

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penelitian yang Relevan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pemasaran .....	13
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	13
2. Bauran Pemasaran .....	14
3. Pemasaran Digital .....	21
4. Etika Pemasaran dalam Perspektif Islam .....	22
B. Pendapatan .....	23
1. Pengertian Pendapatan .....	23
2. Jenis-jenis Pendapatan .....	26
3. Sumber Pendapatan .....	27
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan .....	28

C. Kontribusi Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data .....	34
E. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur .....	36
1. Profil Desa Surya Mataram.....	36
2. Letak Geografis Desa Surya Mataram .....	37
3. Demografi Desa Surya Mataram .....	37
B. Profil Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Marga Tiga Lampung Timur .....	38
C. Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Pendapatan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur. ....	39
D. Analisis Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Pendapatan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur. ....	44
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Izin Prasurvey
7. Surat Tugas
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
10. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
11. Foto-foto Penelitian
12. Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

*Home industry* bentuk usaha yang menjadi bagian dari ekonomi masyarakat, memiliki potensi besar untuk mendorong perkembangan ekonomi kerakyatan, serta memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional, Perkembangan *home industry* kini mengalami kemajuan signifikan di Indonesia, dengan adanya *home industry* ini akan membantu pemerintah untuk mengatasi kemiskinan dan dapat mengurangi pengangguran.<sup>1</sup>

*Home Industry* atau Industri Rumah Tangga dalam konteks ekonomi memiliki peran kunci tidak hanya dalam meningkatkan ekonomi suatu negara, tetapi juga dalam menyerap tenaga kerja secara lebih luas. Usaha kecil di sektor Industri Rumah Tangga secara tidak langsung menciptakan peluang pekerjaan dan meningkatkan pendapatan bagi anggota keluarga, tetangga, atau rekan-rekan dari para pelaku industri rumah tangga. *Home industry* dalam kegiatan perekonomian masyarakat memiliki peran yang terbilang cukup krusial. dengan penyebaran *home industry* akan membantu menyelesaikan permasalahan di Indonesia seperti perekonomian, lapangan kerja, serta penghasilan rumah tangga. perlu di garis bawahi dengan teknologi yang tradisional atau sederhana maka akan menyerap tenaga kerja yang cukup

---

<sup>1</sup> Farhana Muhammad, "Peran Home Industry Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pengusaha Jamur Tiram Pada Masa Pandemi Covid-19," JPEK (*Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*)5,no.2(2021): hal 354

banyak yang nantinya diharapkan akan memberikan lapangan kerja yang luas dan meningkatkan pendapatan.<sup>2</sup>

Menurut Kotler dan Keller manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang umum. Menurut Suparyanto & Rosad manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>3</sup>

Dalam prakteknya, manajemen pemasaran terdapat konsep 7P:<sup>4</sup> *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik).

Sementara itu salah satu tujuan utama dari aktivitas manajemen pemasaran adalah menghasilkan pendapatan. Pendapatan usaha adalah “Arus masuk aktiva entitas dan/atau penyelesaian kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya), yang ditimbulkan oleh pengiriman/penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau kegiatan menghasilkan laba lainnya yang

---

<sup>2</sup> Nur Fadhillah, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumahan,” *Pendidikan Ekonomi* 1, no. 69 (2019): hal 5.

<sup>3</sup> Fatma Setyaningsih, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang,” *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 10, no. 1 (2021): hal 221–30.

<sup>4</sup> Hartini, *Manajemen Pemasaran Perspektif Digital Marketing* (Jawa Barat: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2020). hal 132

termasuk bagian dari operasi sentral perusahaan yang berkelanjutan selama suatu periode”.<sup>5</sup>

Teori Stewart bahwa pendapatan dipengaruhi oleh manajemen pemasaran. Dalam literatur, terdapat pemahaman bahwa efektivitas strategi pemasaran berdampak signifikan terhadap pendapatan perusahaan. Stewart menyatakan bahwa “*marketing accountability*” menghubungkan langsung antara tindakan pemasaran dan hasil keuangan, termasuk pendapatan dan laba, Namun berdasarkan fakta dilapangan yang didapatkan dari observasi, strategi pemasaran dijalankan oleh terdapat beberapa masalah. Seperti, Kerjasama pekerja belum optimal, terdapat pekerja yang lebih memilih proses pengemasan dari pada proses pengirisan dan penggorengan, sehingga fungsi pengarahan belum berjalan dengan baik.<sup>6</sup>

Sehingga *home industry* sale pisang berkah jaya dalam membuat produk hendaknya disesuaikan dengan kebutuhan serta kemauan konsumen. Dengan begitu produk sale pisang dapat bersaing di pasaran sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk saat sebelum mengambil keputusan dalam membeli suatu yang ditawarkan oleh penjual, keunggulan-keunggulan dari produk bisa dikenal oleh konsumen serta dapat membuat konsumen tertarik kemudian hendak membeli produk tersebut. Pelayanan yang memuaskan konsumen akan membuat terjadinya pembelian secara berulang-ulang oleh para konsumen, sehingga akan menaikkan volume

---

<sup>5</sup>Hartini hal 36

<sup>6</sup> Elvin Marselina, Ridho Rokamah, “Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulaka Kabupaten Pacitan,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1 (2022): hal 105–20.

penjualan. Pemikiran para pengusaha berawal dari produk, berikutnya disesuaikan dengan harga, promosi, serta tempat. Pemikiran yang berorientasi pada pasar serta konsumen adalah kebutuhan yang tidak dapat dielak saat ini dalam dunia persaingan bisnis.<sup>7</sup>

Pemilik usaha kurang memiliki wawasan untuk mengantisipasi bagaimana strategi pemasaran yang mereka perlukan. Diperlukan strategi pemasaran sale pisang agar tujuan peningkatan pendapatan dapat tercapai.<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil survey, Usaha *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya, merupakan usaha mengolah pisang untuk menghasilkan sale pisang, dengan bahan baku utama yaitu pisang janten. Bu Roziah adalah pemilik usaha *home industry* sale pisang Berkah Jaya dimana beliau memulai usahanya sejak tahun 2015, usaha yang beliau jalankan berkembang dengan baik sampai beliau dapat mempekerjakan 9 pekerja untuk menjalankan usahanya bahkan bu Roziah bisa memproduksi sale pisang hingga 50 kg dalam satu minggu, dengan harga Rp.50.000 per kilogramnya jadi pendapatan bu Roziah perbulannya Rp.10.000.000 Sehingga meningkatkan kapasitas produksi dan memungkinkan usaha untuk memenuhi permintaan yang lebih besar. Dengan demikian, pendapatan bu Roziah dan pekerja-pekerjanya juga meningkat, sehingga memungkinkan kesejahteraan hidup mereka. Tetapi bu Roziah juga belum menggunakan strategi pemasaran dengan baik seperti

---

<sup>7</sup> Pada Usaha Ukm Sederhana, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha,” *Sultra Journal of Economic and Business* 3 (2022): hal 132–49.

<sup>8</sup> Sri Asih, “Sosialisasi Penerapan Manajemen Produksi Pada UMKM Di Desa Kaliwlingi,” *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): hal 1–11.

menggunakan media sosial beliau hanya menitipkan hasil usahanya ditoko-toko yang dekat dari rumah bu Roziah.

Tetapi tahun 2019 hingga tahun 2022 pada saat pandemi covid-19 melanda dan memberikan dampak besar usaha *home industry* bu Roziah sehingga usahanya harus berhenti sementara, karenanya kurangnya pengetahuan bu Roziah selaku pemilik usaha sale pisang tentang pentingnya strategi pemasaran dan beliau memulai usahanya kembali pada tahun 2023 yang dijalankan sendiri banyak pelanggan yang mengurangi pembelian mereka dan bahkan berhenti membeli sama sekali, saat ini beliau hanya memproduksi sale pisang sekitar 15 kg dalam satu minggu. Hal ini berdampak pada pendapatan usaha dan kemampuan bu Roziah untuk mempertahankan pekerjajanya sehingga sekarang ini beliau hanya mempekerjakan orang ketika mendapatkan pesanan dalam jumlah banyak. Saat ini pemasarannya hanya disekitar rumah yaitu di Desa Surya Mataram saja. Salah satu kendala yang dihadapi yaitu kurangnya strategi yang efektif. Saat ini tidak ada tim pemasaran yang khusus menangani promosi karena sebelum adanya covid 19 bu Roziah masih mengandalkan suaminya untuk memasarkan produk sale pisangnya, dan kurangnya inovasi packaging sehingga produk sale pisang kurang menarik bagi pelanggan, kurangnya pengetahuan media sosial, padahal sudah banyak peminat, Sehingga membuat pendapatan bu Roziah menurun drastis.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan bu Roziah selaku pemilik usaha *home industry* sale pisang berkah jaya, 11 Mei 2025.

**Tabel 1.1**  
**Pendapatan Selama 5 (lima) Tahun Terakhir.**

No	Tahun	Kg/Tahun	Pendapatan/Tahun
1	2024	480 kg	Rp.24.000.000
2	2023	720 kg	Rp.36.000.000
3	2018	1.680 kg	Rp.84.000.000
4	2017	2.400 kg	Rp.120.000.000
5	2016	2.400 kg	Rp.120.000.000

Berdasarkan data pendapatan lima tahun terakhir, terlihat penurunan drastis yang sangat signifikan dari Rp.120.000.000 (2016-2017) menjadi hanya Rp.24.000.000 di tahun 2024, atau turun 80% dari puncak pendapatan. Penurunan ini juga tercermin dari volume produksi yang anjlok dari 2.400 kg menjadi hanya 480 kg per tahun.

mereka memprediksi dampak dari peristiwa ini.<sup>10</sup> Oleh karena itu, dari uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam dengan judul skripsi **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pendapatan *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur”**

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka, pernyataan penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan pada *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur?

---

<sup>10</sup> Fadilla Rindiani, “Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha,” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 2, no. 2 (2023): 01–14.

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

Menganalisis dan mendeskripsikan strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan pada *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik dari segi praktis yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbang andalan kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan pendapatan.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi peneliti**

Penelitian ini merupakan syarat untuk penulisan skripsi bagian dari program studi untuk memenuhi persyaratan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan peneliti dalam penulisan karya ilmiah serta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh mengenai manajemen produksi dan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan.

b. Bagi pemilik usaha *home industry*

Sebagai bahan acuan ataupun sebagai masukan yang berkaitan tentang manajemen produksi dan strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan.

### **E. Penelitian yang Relevan**

Dari penelitian sebelumnya, masing-masing peneliti memberikan penjelasan yang berbeda. Maka dari itu peneliti melakukan kajian pada beberapa penelitian terdahulu, untuk menghindari pengulangan atau persamaan terhadap media, metode atau kajian data yang telah ditemukan oleh peneliti terdahulu serta menjadi tolak ukur hasil penelitian saat ini.

1. Skripsi yang ditulis oleh Lailatul Arofah (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2024) yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Konsumen Di Titik Balik Coffee Shop Kabupaten Jember”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Titik Balik Coffee Shop menekankan pada pengembangan produk yang berkualitas tinggi dan beragam, sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Mereka secara aktif berinovasi untuk menciptakan menu yang segar dan menarik, serta melakukan analisis pasar untuk memahami tren konsumen. Strategi penetapan harga yang kompleks dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi, permintaan pasar, dan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang karakteristik dan perilaku konsumen, serta upaya untuk memudahkan akses bagi pelanggan

potensial. Titik Balik Coffee Shop menggunakan berbagai strategi promosi, termasuk pemanfaatan media sosial dan penawaran spesial, untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen potensial dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.<sup>11</sup> Penelitian yang peneliti teliti yaitu Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pendapatan Pada Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Matarm Kecamatan Marga Tiga Lampung Timur. Adapun perbedaannya yaitu pada Tulisan pertama terletak pada strategi promosi nya, yang dimana di penelitian pertama peneliti menggunakan pemanfaatan media sosial dan penawaran spesial, untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen,

2. jurnal ini ditulis oleh Intan Nurfadillah dan Efni Cerya (Program studi Pendidikan Ekonomi 2023) yang berjudul “Peranan *Home Industry Sale* Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Dusun Purwo Bakti Kabupaten Bungo”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil penelitian dan pembahasan tentang Peran *home industry sale* pisang dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Dusun Purwo Bakti Kecamatan Bathin III Kabupaten Bungo adalah mampu mengurangi tingkat pengangguran, menyerap tenaga kerja, memanfaatkan sumber daya yang ada, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga masyarakat di Dusun Purwo Bakti mendapatkan penghasilan dan membantu keluarga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dan

---

<sup>11</sup> Pokhrel, *Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Konsumen Di Titik Balik Coffee Shop Kabupaten Jember*.

meningkatkan kesejahteraan; 2) Hambatan *home industry* sale pisang dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dusun purwo bakti diantaranya adalah modal yang kecil, cuaca, alat yang masih manual/ sederhana, pemasaran yang naik turun, dan penggunaan teknologi tepat guna.<sup>12</sup> Adapun penelitian kedua ini perbedaannya fokus penelitiannya yaitu kepada mampu mengurangi tingkat pengangguran, menyerap tenaga kerja, memanfaatkan sumber daya yang ada, membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

3. Skripsi ini ditulis oleh Anggi Tirta Ladiku (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado 2021) yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma DiManado)”. Hasil dari penelitian ini bahwa dalam meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) pada usaha telur ayam kampung Salma di Kota Manado itu sudah menggunakan strategi pemasaran yang bisa dikatakan sangat bagus. Karena dalam strategi pemasaran usaha telur ayam kampung Salma menggunakan beberapa strategi yaitu dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar dan bauran pemasaran untuk mempermudah serta melancarkan kegiatan pemasaran agar usaha telur ayam kampung Salma dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha yang sama.

---

<sup>12</sup> Intan Nurfadillah and Efni Cerya, “Peranan Home Industry Sale Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Dusun Purwo Bakti Kabupaten Bungo Program Studi Pendidikan Ekonomi , Universitas Negeri Padang” 7 (2023): hal 24–59.

Selain melakukan strategi pemasaran, usaha telur ayam kampung Salma juga mengalami beberapa kendala dalam kegiatan pemasarannya, yaitu ketersediaan telur ayam kampung yang minim. Harga tidak menentu, keterlambatan pengiriman telur ayam kampung dikarenakan telur ayam kampung diproduksi langsung dari Gorontalo sehingga mengalami kendala dalam pengiriman serta para pesaing yang memiliki usaha yang sama.<sup>13</sup> Adapun perbedaan pada penelitian ketiga yaitu strategi pemasaran usaha telur ayam kampung Salma menggunakan beberapa strategi yaitu dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar dan bauran pemasaran untuk mempermudah serta melancarkan kegiatan pemasaran agar usaha telur ayam kampung Salma dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha yang sama.

4. Skripsi ini ditulis oleh zulfanisa Damayanti (Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) yang berjudul “Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di 15a Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur”. Hasil dari penelitian ini bahwa dalam menjalankan usahanya setiap pedagang mempunyai tingkat kreativitas masing-masing untuk membuat produknya lebih diminati oleh konsumen dan selalu mengembangkan inovasi agar usahanya dapat berdaya saing dengan usaha pisang yang lain. Dari pengembangan tingkat kreativitas yang dilakukan menghasilkan berbagai macam olahan seperti Pisang Crispy, Sate Pisang, Pisang Keju, Piscok Meler, Piscok Lumer dan

---

<sup>13</sup> Anggi Tirta Ladiku, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah ( Ukm ) ( Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma Di Manado ) Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Manado, 2021.

Pisang Goreng, dari berbagai macam kreativitas yang dihasilkan tersebut dapat menambah dan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh pedagang. Semakin pedagang tersebut meningkatkan kreativitas produk maka semakin banyak pendapatan yang akan di dapat. Dari ketujuh pedagang yang diteliti, lima diantaranya: Pinaboh, J-Bana Pisang Keju, Piscok Lumer, dan Piscok Meler sudah menerapkan kreativitas di dalam produknya, sedangkan kedua pedagang pisang Goreng belum menerapkan kreativitas di dalam produknya, dari ketujuh olahan Pisang tersebut, yang paling kreatif dan pendapatan yang besar adalah Pinaboh. Apabila pedagang tersebut tidak mengembangkan kreativitas produknya, maka akan tertinggal dengan pedagang yang lain dan pendapatan pun akan berkurang.<sup>14</sup> Adapun Pada Penelitian keempat perbedaan fokus penelitian nya yaitu kepada tingkat kreatifitas produk dalam peningkatan pendapatan nya.

---

<sup>14</sup> Zulfanisa Damayanti, "Analisis Tingkat Kreativitas Produk Olahan Pisang Terhadap Pendapatan Pedagang Di 15a Kelurahan Iring Mulyo Metro Timur," 2021.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Pengertian strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.<sup>1</sup>

Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah:

- a. Kotler dan Amstrong Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.
- b. Kurtz Menurut Kurtz, pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

---

<sup>1</sup> Marissa Grace Haque-fawzi, STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi, Pascal Books, 2022.

- c. Philip Kotler Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.
- d. Tjiptono Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, 10 dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.
- e. Stanton Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.<sup>2</sup>

## **2. Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran adalah kumpulan faktor-faktor yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk membuat konsumen membeli produknya. Seperti istilahnya, ini <sup>3</sup>memang campuran dari banyak alat pemasaran taktis. Peran eksekutif pemasaran adalah mempersiapkan kombinasi yang tepat untuk menghasilkan sinergi yang sangat baik antara produk dan audiens yang ditargetkan. Bauran pemasaran biasanya mengacu pada

---

<sup>2</sup>Haque-fawzi .hal.341

himpunan 7P yaitu. *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat), *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Peran bauran pemasaran adalah untuk mensintesis kualitas produk yang terlihat dan tidak terlihat dengan aspirasi klien yang ditargetkan. Bauran pemasaran untuk produk manufaktur akan berbeda dari produk sebagai layanan/jasa.<sup>4</sup>

a. *Product* (Produk)

Produk adalah jantung dari bauran pemasaran. Semua aktivitas pemasaran dimulai dengan produk. Produk bukanlah entitas fisik saja; itu menangkap seluruh aspek berwujud dan tidak berwujud seperti layanan, kepribadian, organisasi, dan ide. Tanpa suatu produk, kita tidak memiliki harga, promosi atau tempat. Karenanya, dari semua 7P, Produknya adalah P yang paling elemental. Menurut Buchari Alma dan Ratih Hurriyati dalam Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, untuk merencanakan penawaran atau produk, pemasar perlu memahami tingkatan produk sebagai berikut:

- 1) Produk utama/inti, yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- 2) Produk generik, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).

---

<sup>4</sup> Hartini, Manajemen Pemasaran Perspektif Digital Marketing.2020.hal.132

- 3) Produk harapan, yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- 4) Produk pelengkap, yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambah berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- 5) Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan datang.

b. *Price* (Harga)

Prinsip-prinsip penetapan harga secara singkat, menurut Kotler yang ditulis dalam buku Buchari Alma prinsip-prinsip penetapan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertimbangkan sejumlah faktor dalam menetapkan harga, mencakup pemilihan tujuan penetapan harga, menentukan tingkat permintaan, perkiraan biaya,<sup>5</sup> menganalisa harga yang ditetapkan dan produk yang ditawarkan pesaing, pemilihan metode penetapan harga, serta menentukan harga akhir.
- 2) Tidak harus selalu berupaya mencari profit maksimum melalui penetapan harga maksimum, tetapi dapat pula dicapai dengan cara

---

<sup>5</sup> Hartini.hal 135

memaksimumkan penerimaan sekarang, memaksimumkan penguasaan pasar atau kemungkinan lainnya.

- 3) Para pemasar hendaknya memahami seberapa responsive permintaan terhadap perubahan harga.
- 4) Berbagai jenis biaya harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga, termasuk di dalamnya adalah biaya langsung dan tidak langsung, biaya tetap dan biaya variabel, serta biaya biaya yang lain.
- 5) Harga-harga para pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan jasa yang ditawarkan, sehingga harga pesaing harus turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga.
- 6) Berbagai cara atau variasi penetapan harga yang ada mencakup markup, sasaran perolehan, nilai yang dapat diterima, faktor psikologis, diskon harga, harga promosi, serta harga bauran produk.

c. *Promotion* (Promosi)

Salah satu strategi pemasaran 7P ini bertujuan untuk melayani dua tujuan. Pertama, memberitahu calon pelanggan tentang produk dan kedua, membujuk untuk membeli produk. Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk.<sup>6</sup> Bauran promosi yang

---

<sup>6</sup> Hartini, hal 137

efektif akan memastikan penjualan yang baik dan pemasar harus berusaha untuk menciptakan lingkungan yang kondusif. Menurut Buchari Alma, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran adalah berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya, agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Tujuan promosi untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.<sup>7</sup>

d. *Place* (Tempat) atau Distribusi

Tempat atau distribusi fisik berkaitan dengan pengalihan kepemilikan produk dari produsen ke pelanggan. Tempat sering diartikan sebagai suatu lingkungan yang berperan penting dalam orientasi suatu produk, oleh karena itu dapat dipahami bahwa tempat merupakan suatu letak dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Vincent Gaspersz mengemukakan bahwa *place* (tempat) merupakan cara memperoleh produk atau bagaimana mengakses produk oleh konsumen. Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada

---

<sup>7</sup> Hartini, Manajemen Pemasaran Perspektif Digital Marketing. 2020. hal 138

konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, area yang di pilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan keberlangsungan toko semula dan toko-toko di masa mendatang.<sup>8</sup>

e. *People* (orang)

Marketing mix kelima yang ada pada konsep 7P adalah people atau orang. Orang yang dimaksud di sini adalah faktor sumber daya manusia yang ada pada bisnis tersebut. Orang-orang yang dimaksud bisa mencakup *staff customer service*, *staff marketing*, *staff creative*, staff pengiriman, manager dan lain-lain.

Terdapat empat hal yang dapat diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan kualitas SDMnya dalam hal pemasaran yaitu:

- 1) Pelatihan skill mengenai interaksi dengan konsumen dan resolusi pemecahan masalah konsumen.
- 2) Menciptakan sistem dan produser imbal jasa untuk mobilitas kerja.
- 3) Menciptakan prosedur partisipasi tim layanan dan eksekusi layanan.
- 4) Meningkatkan ketertarikan norma-norma religious dan objektif yang bersifat universal.

---

<sup>8</sup> Hartini.hal 139

5) Selain keempat hal tersebut, beberapa hal penting lainnya yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas SDM adalah dengan:

- a) Pelatihan. Pelatihan dapat digunakan sebagai sarana penunjang agar SDM mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan keahliannya.
- b) Motivasi. Motivasi merupakan program yang dapat mendorong kinerja SDM. Dorongan ini dapat berupa reward atau hadiah yang berhak untuk diterima oleh karyawan yang dapat memenuhi target kerja tertentu.
- c) Seleksi. Seleksi dapat diartikan juga sebagai evaluasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengukur kinerja, memberikan penilaian juga perencanaan karir SDM.

6) *Process* (proses)

Keenam yang ada pada strategi marketing mix adalah process atau proses. Proses adalah alur yang perlu dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk tersebut. Namun, tidak hanya itu saja! Proses juga mencakup cukup banyak hal mulai dari mana konsumen mengetahui produk tersebut. Proses merujuk pada serangkaian aktivitas perusahaan dalam melayani kebutuhan konsumen mulai dari kegiatan produksi hingga akhirnya konsumen mendapatkan produk barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Hartini.hal 142-143.

Serangkaian aktivitas tersebut dapat berupa prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, hingga aktivitas rutin yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran.

#### 7) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Konsep terakhir yang ada pada marketing mix 7P adalah physical evidence atau bukti fisik dari bisnis Anda. Sesuai namanya bukti fisik membantu sebuah bisnis terlihat lebih terpercaya. Bukan hanya fisik produk, bukti fisik juga bisa berwujud dalam bentuk logo, souvenir, tempat jual, interior toko, kemasan produk, tanda terima, sampai website resmi bisnis tersebut.

### 3. Pemasaran Digital

Pemasaran digital merupakan suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan. Teori ini mencakup sejumlah taktik dan teknik yang dirancang untuk menjangkau audiens secara online dengan memanfaatkan berbagai kanal, mulai dari situs web, media sosial, iklan online, hingga email marketing. Pemasaran digital berkembang seiring dengan transformasi teknologi dan perilaku konsumen yang semakin terkoneksi dalam era digital ini.<sup>10</sup>

Perlu untuk memahami bahwa pemasaran digital bukan hanya tentang penjualan langsung, tetapi juga melibatkan pembangunan merek, meningkatkan kesadaran, dan berinteraksi dengan pelanggan secara lebih

---

<sup>10</sup> Sulistyo Budi Utomo, *Strategi Pemasaran*, 2024.

personal. Dalam lingkungan bisnis yang semakin digital, pemasaran digital menjadi integral dalam strategi pemasaran suatu perusahaan. Ini melibatkan penggunaan berbagai alat dan saluran online untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan, mendapatkan prospek baru, atau membangun komunitas online.

Pemasaran konten adalah strategi lain yang sering digunakan dalam pemasaran digital. Ini melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang relevan, berharga, dan menarik bagi audiens. Konten dapat berupa artikel blog, video, infografis, atau bentuk lainnya yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah kepada pengguna dan membangun otoritas merek dalam industri tertentu. Melalui konten yang berkualitas, perusahaan dapat menarik perhatian, mempertahankan pengunjung, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

#### **4. Etika Pemasaran dalam Perspektif Islam**

Etika merupakan aturan-aturan konvensional mengenai tingkah laku individual dalam masyarakat beradab, tata cara formal atau tata krama lahir untuk mengatur hubungan antar pribadi, sesuai dengan status sosial masing-masing. Etika dalam Islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, dan ketaqwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah SWT. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia yang menyeluruh, termasuk dalam

wacana bisnis. Bisnis yang Islami harus lahir untuk kepentingan beribadah kepada Allah SWT dengan niatan akan memenuhi aturan Ilahi.<sup>11</sup>

Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (*business*) dalam Islam. Dengan demikian pemasaran syariah adalah kegiatan bisnis yang menciptakan penawaran, menentukan harga, mempromosikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tidak bertentangan dengan sumber utama dalam Islam yaitu Al Quran dan Hadist.

## **B. Pendapatan**

### **1. Pengertian Pendapatan**

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan, baik tunai atau bukan tunai yang merupakan hasil dan penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan yaitu kompensasi pemberian jasa kepada orang lain, setiap orang mendapatkan penghasilan karena membantu orang lain. Sedangkan, pendapatan pribadi adalah seluruh macam pendapatan salah satunya pendapatan yang didapat tanpa melakukan apa-apa yang diterima oleh penduduk suatu negara. Pendapatan pribadi meliputi semua pendapatan masyarakat tanpa menghiraukan apakah pendapatan itu diperoleh dari menyediakan faktor-faktor produksi atau tidak. Menurut Kadariyah, uang yang diterima seseorang berupa upah, keuntungan, sewa,

---

<sup>11</sup> Safarinda Imani, Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam), 2023.

dan lain-lain dan diperoleh dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan (revenue) merupakan pendapatan yang diperoleh jangka waktu tertentu. Pendapatan yaitu semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pengertian pendapatan (revenue) berbeda dengan pengertian penghasilan (income). Pendapatan (revenue) adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya. Pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya sesuai dengan profesi masing-masing misalnya pengusaha, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari, selain itu dapat digunakan untuk tabungan maupun usaha. Selanjutnya pendapatan individu atau pendapatan seseorang merupakan upah atau gaji yang diberikan kepada seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan.<sup>12</sup>

Badan Pusat Statistik menggolongkan menjadi tiga (3) pengertian pendapatan, adalah sebagai berikut:

- a. Pendapatan berupa uang, adalah penerimaan dalam bentuk uang yang didapat dari balas jasa.
- b. Pendapatan berupa barang, adalah penerimaan dalam bentuk barang atau jasa. Barang atau jasa yang didapat disamakan dengan harga pasar

---

<sup>12</sup> Anggia Ramadhan, "Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)," *Tahta Media* 02, no. 2 (2023):hal 34–37.

tetapi tidak dilakukan dengan transaksi uang oleh penikmat barang atau jasa tersebut.

- c. Penerimaan yang bukan merupakan pendapatan, yaitu penerimaan dalam bentuk penjualan barang-barang yang dipakai, warisan, hadiah, pinjaman uang, dan sebagainya.

Konsep pendapatan dapat digunakan untuk mengukur kondisi seseorang, yang menunjukkan jumlah total uang yang diterima seseorang atau keluarga dalam kurun waktu tertentu. Dengan kata lain pendapatan dapat juga diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh atau rumah tangga, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu perusahaan instansi atau pendapatan selama ia bekerja atau berusaha. Setiap orang yang bekerja akan berusaha untuk memperoleh pendapatan dengan jumlah yang maksimum agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>13</sup>

Pendapatan adalah uang yang diterima perorangan, perusahaan dan organisasi yang berupa upah, gaji, sewa, bunga, komisi, biaya, dan keuntungan. Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan jumlah uang yang dibayarkan oleh orang yang memberikan suatu pekerjaan kepada pekerja atau jasanya sesuai dengan kesepakatan. Pendapatan (income) baik meliputi pendapatan maupun sebuah keuntungan. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas sebuah

---

<sup>13</sup> Ramadhan.hal 2-3

perusahaan yang umumnya dikenal dengan nama-nama seperti penjualan, pendapatan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.<sup>14</sup>

## 2. Jenis-jenis Pendapatan

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

- a. Pendapatan tetap adalah pendapatan yang selalu diterima seseorang dalam jangka waktu tertentu dan dapat diprediksi sebelumnya. Misalnya penghasilan dari sebuah gaji atau upah atau penghasilan tetap bisa juga disebut pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan tingkatan kekayaan. Secara garis besar, penghasilan tetap ini dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:<sup>15</sup>

### 1) Gaji dan Upah

Pendapatan yang diperoleh setelah orang melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam satu hari, satu minggu atau satu bulan. Sedangkan menurut Islam pendapatan adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh orang yang memberi pekerjaan kepada seorang pekerja atas jasanya sesuai dengan perjanjian yang disepakati sebelumnya.

### 2) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan sebuah nilai total dari hasil produksi dikurangi biaya yang dibayar dan bisnis ini dimiliki sendiri atau dimiliki keluarganya, nilai sewa dari modal sendiri dan semua jumlah biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.

---

<sup>14</sup> Ikatan Akuntansi Indonesia, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*, hal 63.

<sup>15</sup> Rahman Afzalur, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), hal 75.

- 3) Pendapatan dari usaha lain Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan sebuah tenaga dan ini merupakan penghasilan sampingan, termasuk penghasilan dari menyewakan aset yang dimiliki, bunga uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun dan lain-lain.
- b. Pendapatan sementara yaitu pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya, yang termasuk dalam kategori pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya yang sejenis.<sup>16</sup>

### 3. Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan masyarakat atau rumah tangga yaitu dari upah atau gaji yang diterima sebagai suatu imbalan atas tenaga kerja, dari hak milik seperti modal dan tanah, dari pemerintah.

Perbedaan dalam Pendapatan upah dan gaji diseluruh rumah tangga disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik pekerjaan (keterampilan, pelatihan, pendidikan, pengalaman) dan sebagainya) dan dari berbagai jenis pekerjaan (berbahaya, menggairahkan, glamor, sulit, dan sebagainya). Pendapatan rumah tangga juga bervariasi sesuai dengan jumlah anggota rumah tangga yang bekerja didalamnya. Adapun jumlah properti yang dihasilkan oleh rumah tangga tergantung pada jumlah dan jenis harta yang dimilikinya. Sementara itu, transfer pendapatan dari pemerintah mengalir secara substansial, tetapi tidak secara eksklusif ke masyarakat berpenghasilan rendah. Kecuali jaminan sosial, pembayaran

---

<sup>16</sup> Ujang Suhaemi, "Pengaruh Pendapatan Usaha Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih," *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (2021): 35.

transfer umumnya dirancang untuk memberikan pendapatan kepada seseorang yang membutuhkan.<sup>17</sup>

#### **4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan**

Yang mempengaruhi sebuah pendapatan adalah sebagai berikut:

- a. Peluang kerja yang tersedia, dengan semakin tinggi dan semakin besar keterampilan maka banyaknya peluang kerja yang tersedia berarti banyak pendapatan yang dapat diperoleh dari pekerjaan ini.
- b. Keahlian dan keterampilan kerja, berbekal sebuah keterampilan dan keahlian maka akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya juga mempengaruhi sebuah pendapatan. Kekayaan itu dimiliki, jumlah kekayaan yang dimiliki juga mempengaruhi jumlah suatu pendapatan yang diperoleh. Semakin banyak atau tinggi kekayaan yang Anda miliki, maka semakin besar peluang untuk mempengaruhi pendapatan.
- c. Keuletan kerja, definisi keuletan bisa disamakan dengan tingkat ketekunan dan keberanian seseorang untuk menghadapi segala macam tantangan. Ketika kamu mengalami sebuah kegagalan, maka kegagalan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah dapur penyemangat untuk kedepannya menjadi lebih baik.
- d. Banyak sedikitnya modal yang digunakan, sebuah usaha yang besar akan memberikan peluang yang jauh lebih besar pula terhadap penghasilan yang akan diperoleh seseorang. Pendapatan didapat dari ketika ada minat orang untuk melakukan suatu langkah pekerjaan. Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang dapat memiliki perhatian terhadap sesuatu dan diikuti dengan keinginan untuk mengetahui dan

---

<sup>17</sup> Suhaemi, hal.36

mempelajari juga tidak lupa untuk membuktikannya lebih lanjut. Minat adalah ketertarikan suatu individu terhadap objek tertentu yang menjadikan individu itu sendiri merasa lebih senang tentang objek tersebut.<sup>18</sup>

### C. Kontribusi Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan

Teori pendapatan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan, seperti penentuan harga, promosi, segmentasi pasar, targeting, dan penempatan produk memegang peranan penting dalam menentukan jumlah penjualan dan efeknya terhadap pendapatan. Strategi penetapan harga yang tepat baik dengan metode cost plus pricing atau mark-up pricing dapat menentukan daya tarik produk dan volume penjualan yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan perusahaan. Promosi yang efektif mempengaruhi tingkat permintaan produk di pasar sehingga berdampak pada pendapatan. Segmentasi pasar dan penentuan target pasar yang tepat memastikan sumber daya perusahaan dialokasikan dengan efektif untuk menjangkau konsumen yang potensial, meningkatkan peluang penjualan dan pendapatan.

Strategi pemasaran yang terencana dan dilaksanakan dengan baik bertujuan untuk meningkatkan permintaan dan loyalitas konsumen, menembus pasar yang lebih luas, serta memperbesar pangsa pasar (market share), yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan bisnis.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Suhaemi, hal.38.

<sup>19</sup> Saida Zainurossalamia, Manajemen Pemasaran (Teori Dan Strategi), *Forum Pemuda Aswaja*, vol. 11, 2020.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan dalam rangka untuk mengungkap makna yang terkandung dibalik objek penelitiannya.<sup>1</sup> Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti termasuk kedalam jenis penelitian lapangan.

Penelitian Lapangan ini dilaksanakan di Desa Surya Mataram Kecamatan Marga Tiga Kabupaten Lampung Timur dengan judul Penelitian Analisis strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan studi *home industry* sale pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung timur.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat Penelitian ini adalah deskriptif. Karena penelitian ini merupakan pengumpulan fakta-fakta yang ada, maka penelitian ini berfokus pada usaha pengungkapan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh disebut deskriptif karena penelitian ini menggambarkan kondisi nyata

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)  
hal 9

strategi pemasaran *home industry* sale pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.<sup>2</sup>

## B. Sumber Data

Dalam penelitian ini metode data yang dilakukan adalah dengan melakukan penelitian dan pengumpulan data dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data sekunder dari penelitian ini profil Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Kabupaten Lampung Timur, profil *home industry* sale pisang berkah jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur dan dokumentasi.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah suatu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi, maupun laporan dalam bentuk dokumen tak resmi yang kemudian diolah oleh peneliti. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu wawancara pemilik *home industry* sale pisang Berkah Jaya untuk mengetahui strategi pemasaran yang sudah digunakan dan mengetahui data pendapatan.

Dalam pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti.<sup>3</sup>

Kriteria yang diambil yakni pemilik *home industry* sale pisang berkah

---

<sup>2</sup> Moh Kasiram, *Metode Peneleitian Kualitatif-Kuantitatif* (UIN Maliki Pers, 2010),hal .235.

<sup>3</sup> Nazar Naamy, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram, 2019).hal 112

jaya, 2 pekerja di *home industry* sale pisang berkah jaya, 2 pemilik toko penitipan produk salepisang berkah jaya dengan penjualan paling banyak dan stabil.

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah suatu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil penelitian dalam bentuk laporan, yang berhubungan dengan objek penelitian.<sup>4</sup>

## C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian. Pengumpulan data merupakan salah satu tahap penting dalam penelitian karena kualitas dan validitas data yang dikumpulkan akan mempengaruhi hasil dan kesimpulan penelitian. Dalam Penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

### 1. Observasi

Observasi yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan cara merasakan suasana, situasi dan kondisi sosial yang sedang diteliti, dan kemudian diamati serta diperhatikan menyangkut dengan hal-hal yang berkaitan dengan subjek penelitian.<sup>5</sup> Dalam observasi ini dilakukan dua kali dan digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan

---

<sup>4</sup> Sandu Siyoto, Skm dan M. Ali Shodiq, *Dasar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011) hal. 106

<sup>5</sup> Fenti Hikmawati. *Metodologi Penelitian*. (2018. Depok: Rajawali Pers. Edisi 1 Cetakan 2), hal 82.

analisis strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan studi *home industry* sale pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Kabupaten Lampung Timur.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung antara peneliti dengan informan. Menurut Esterberg ada 3 macam wawancara yaitu wawancara terstruktur (setiap informan diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya), wawancara semistruktur (peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan), dan Wawancara secara tidak terstruktur (dengan percakapan yang lebih fleksibel).<sup>6</sup> Dalam Penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara tidak terstruktur (dengan percakapan yang lebih fleksibel) dengan pemilik usaha, karyawan dan juga pemilik toko penitipan produk sale pisang Berkah Jaya.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara menganalisis dokumen atau rekaman tertulis yang relevan dengan topik penelitian.<sup>7</sup> Dokumentasi bisa berupa buku, artikel, catatan pelajaran, foto, video, laporan, atau arsip lainnya yang berkaitan dengan subjek penelitian.<sup>8</sup> Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan informasi terutama

---

<sup>6</sup>Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya). 2010 hal 1.

<sup>7</sup> Moleong, L. J. hal 2

<sup>8</sup> Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), hal. 19

mengenai strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan studi *home industry sale* pisang Berkah Jaya di desa Surya Mataram yang terkait dengan penelitian ini.

#### **D. Teknik Penjamin Keabsahan Data**

Uji keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Uji kredibilitas data atau kepercayaan data penelitian kualitatif dalam penelitian ini dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi Sebuah konsep metodologis pada penelitian kualitatif yang perlu diketahui oleh peneliti kualitatif selanjutnya adalah teknik triangulasi. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis maupun interpretatif dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu.<sup>9</sup>

Dalam penelitian ini, menggunakan triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Peneliti mengumpulkan data dari tiga kategori sumber utama untuk memastikan validitas dan kredibilitas temuan penelitian.

---

<sup>9</sup> Arnild Augina Mekarisce, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat', Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat, 12. 3 (2020), hal 147-148.

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan selama penelitian untuk menemukan pola, hubungan, atau makna yang dapat menjawab pertanyaan penelitian.<sup>10</sup> Analisis data juga bertujuan untuk menggali informasi yang dapat menjelaskan fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini karena peneliti menggunakan pendekatan penalaran induktif yaitu berfokus pada pemahaman mendalam. Data yang dianalisis berbentuk narasi, observasi, wawancara, atau dokumen yang tidak terstruktur. Setelah Peneliti menganalisis wawancara dengan pemilik usaha *home industry* mengenai bagaimana analisis strategi pemasaran dalam peningkatan pendapatan studi *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram, Kecamatan MargaTiga, Lampung Timur.

---

<sup>10</sup> No Oktober, "SENTRI : *Jurnal Riset Ilmiah*" 1, no. 2 (2022): hal 297–303.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur**

##### **1. Profil Desa Surya Mataram**

Desa Surya Mataram di buka pertama Kali tahun 1930 oleh penduduk asli yang berasal dari mataram marga dan Desa Terbanggi Marga yang saat ini bernama Umbul Gerem Lebo, Umbul Gerem Libo ini adalah Kantong dari Desa Mataram Marga dan Desa Terbanggi Marga.

Pada tahun 1989 tepatnya tanggal 7 Februari kantong dari Desa Induk Mataram Marga di mekarkan untuk menjadi Desa persiapan sedangkan kantong dari desa Terbanggi Marga tidak memenuhi syarat untuk menjadi desa Persiapan maka bergabunglah dengan menjadi Desa persiapan “SURYA MATARAM “.

Dari tahun ke tahun Desa ini selalu berbenah diri dalam pembangunan selama kurun waktu yang relatif singkat Desa Surya mataram telah menunjukkan perkembangan yang cukup berarti, lebih lebih dalam meningkatkan hasil Perkebunan. Melihat keberhasilan Desa Surya Mataram maka pada tanggal 06 April 1991 Desa Surya Mataram di Resmikan menjadi Desa Difinitif bersama dua belas desa lainnya serta satu kecamatan dengan sukadana kedua belas Desa tersebut berpusat di Marga Tiga.

## **2. Letak Geografis Desa Surya Mataram**

Desa Surya mataram adalah salah satu dari 13 Desa wilayah kecamatan Marga Tiga kabupaten Lampung Timur, yang terletak 15 Km kearah Timur dari Kecamatan Marga Tiga mempunyai luas Wilayah 1863 Ha. Dengan Batas – Batas Desa Sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan Dengan Desa Sukadana Baru.
- b. Sebelah Timur Berbatasan Dengan Desa Pakuan Aji dan Putra Aji I
- c. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Desa Bumi Mulyo dan Desa Gedung Wani Timur.
- d. Sebelah Barat Bebatasan dengan Desa Nabang Baru.

## **3. Demografi Desa Surya Mataram**

Desa Surya Matara mmiliki Jumlah Total penduduk: sekitar 2.122 jiwa yang terdiri dari 1.099 laki-laki dan 1.023 perempuan. Kemudian di Desa Surya Mataram juga terdapat Lembaga Pendidikan Beberapa data terkait lembaga pendidikan di desa ini:

- 1) Terdapat sekolah dasar SD Negeri 2 Surya Mataram —  
menandakan akses pendidikan dasar tersedia di desa
- 2) Ada juga sekolah menengah atas/slah satu lembaga menengah:  
SMAS PGRI 2 Marga Tiga yang berkedudukan di wilayah desa  
Kecamatan Marga Tiga, dengan alamat di Desa Surya Mataram.

### **a. Mata Pencaharian**

Sebagian besar masyarakat desa bekerja di sektor:

- 1) Pertanian

- 2) Perdagangan kecil
- 3) Industri rumah tangga (*home industry*) seperti sale pisang, keripik, dan olahan pangan lainnya
- 4) Jasa dan pekerjaan informal lainnya

Pertanian masih menjadi sektor utama, mengingat kondisi geografis desa yang mendukung aktivitas bercocok tanam. Selain itu, perkembangan usaha mikro—seperti industri sale pisang—turut memberikan tambahan pendapatan bagi keluarga.<sup>1</sup>

## **B. Profil Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Marga Tiga Lampung Timur**

*Home Industry* Sale Pisang “Berkah Jaya” didirikan pada awal 2015 oleh seorang warga Desa Surya Mataram untuk memanfaatkan melimpahnya hasil kebun pisang janten. Awalnya, produksi dilakukan di dapur rumah dengan peralatan sederhana dan dibantu keluarga. Karena permintaan meningkat, usaha ini berkembang dan pernah memiliki hingga 9 pekerja. Cita rasa sale pisang yang manis dan legit, serta proses pengeringan tradisional, membuat produk ini dikenal di pasar lokal. Usaha ini juga mendapat dukungan dari pemerintah desa dan kelompok UMKM berupa pelatihan pengemasan dan pemasaran.

Pemilik usaha, Ibu Roziah, tergabung dalam koperasi di Marga Tiga sehingga pemasaran produk menjangkau desa-desa sekitar hingga toko Delfan Donut Metro. Namun, saat pandemi COVID-19, omset “Berkah Jaya”

---

<sup>1</sup> <https://www.surymataram-lamtim.id/#>

menurun drastis sehingga jumlah pekerja berkurang hingga tersisa satu orang. Jika pesanan meningkat, Ibu Roziah menambah pekerja sementara. Penurunan omset juga disebabkan strategi pemasaran yang kurang efektif karena masih bergantung pada sistem titip jual, dan hingga kini usaha ini belum memanfaatkan digital marketing.

**C. Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Pendapatan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.**

**1. Hasil observasi**

Observasi strategi pemasaran *home industry* sale pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur pada 25 oktober 2025. Observasi awal ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* sale pisang Berkah Jaya. Hasil observasi awal ditemukan bahwa pemasaran produk sale pisang Berkah Jaya ini baru dititipkan ditoko-toko, dulu sebelum adanya pandemic covid, sale pisang berkah jaya ada pekerja khusus yang menghantarkan atau memasarkan produk sale pisang ke toko-toko, namun setelah pandemic omset menurun kemudian selain itu pembeli juga bisa membeli produk sale pisang langsung ke *home industry*. Pemasaran Produk sale pisang di *Home Industry* berkah jaya ini belum menggunakan media sosial sebagai strategi pemasarannya, masih menggunakan sistim titip produk ke toko.

## 2. Hasil wawancara

*Home industry* sale pisang merupakan salah satu usaha rumahan yang memanfaatkan komoditas lokal berupa pisang janten sebagai bahan baku utama. Produk olahan sale pisang sudah dikenal luas sebagai makanan ringan khas Nusantara yang memiliki cita rasa manis, legit, dan renyah.

Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Roziah selaku pemilik

*Home industry* Sale Pisang sebagai berikut:

“Berkah Jaya berdiri pada tahun 2015, keunikan atau keunggulan produk saya di bandingkan dengan produk sale pisang yang lain yaitu rasa legit asli dari rasa pisang tanpa pemanis buatan, selain itu proses pengeringan sale pisang di *Home Industry* saya masih dengan cara alami menggunakan sinar matahari langsung bukan menggunakan oven atau alat pengering lainnya, Untuk pemasaran Produk sale saya masih menggunakan sistim titip barang ke toko-toko orang lain, belum menggunakan media sosial, dikarenakan saya sendiri gaptek dan karyawan saya juga tidak ada yang bisa memakai media sosial, sebenarnya menurut saya di era modern ini perlu menggunakan media sosial untuk pemasaran produk agar produk cepat dikenal orang dan dapat meningkatkan pemesanan produk, akan tetapi kami masih bingung cara belajarnya bagaimana, jujur disini tidak ada yang bisa memberikan edukasi terkait *digital marketing*. Kemudian kendala yang saya alami dalam pemasaran produk yaitu sudah tidak ada lagi karyawan yang mau mengampas atau memasarkan produk sale pisang ke luar daerah surya mataram, saya sendiri hanya mengandalkan penitipan ditoko-toko sekitar rumah saya. Dulu sebelum covid pendapatan saya alhamdulillah sekitar 10 juta dalam satu bulan benar sangat membantu untuk perekonomian keluarga tapi setelah covid ini tinggal 3 jutaan jadi sekarang pekerjanya tinggal 2 itu saja kalau pesanan sedang lumayan banyak kalo pesenan hanya seperti biasa hanya manggil 1 pekerja saja bisa. Untuk pisang itu kami produksi langsung dirumah, tergantung ketersediaan pisang yang ada dan pesanan. Jika pesanan banyak saya memproduksi lebih banyak dari biasanya karena biasanya saya hanya memproduksi 2 kg perminggunya. untuk penentuan harga mba itu saya ada yang kemasan kecil saya harga Rp.4000 ketoko toko nanti mereka jual dengan harga Rp.5000 ada juga yang kiloan harganya Rp. 50.000 tapi itu biasanya pesennya langsung ke saya.

Meskipun jumlah tenaga kerja tidak banyak, namun mereka bekerja secara rutin dan sudah terbiasa dengan tahapan produksi sehingga proses pembuatan sale pisang dapat berjalan lancar setiap hari. Sistem kerja fleksibel menyesuaikan jumlah pesanan. Keterampilan pekerja berkembang secara turun-temurun atau melalui pelatihan langsung dari pemilik, sehingga kualitas sale pisang tetap terjaga. Ibu Roziah menjelaskan bahwa *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya masih mengandalkan tenaga kerja keluarga. Ia sendiri berperan sebagai pengelola utama yang mengawasi seluruh proses produksi, mulai dari menyeleksi pisang, mengatur penjemuran, hingga memastikan kualitas rasa sebelum produk dikemas. Ada pekerja yang bagian menjemur, ada yang menggoreng, dan ada yang mengemas. Jadi meskipun jumlah pekerja tidak banyak, produksinya tetap berjalan lancar. Sesekali ia meminta bantuan tetangga sekitar jika pesanan meningkat. Namun, secara umum, SDM tetap didominasi oleh tenaga kerja keluarga karena proses produksi belum terlalu besar. Ia menambahkan bahwa keterampilan para pekerja diperoleh dari kebiasaan dan pengalaman, bukan melalui pelatihan formal

Proses dimulai dari tahap pemilihan bahan baku. Pisang yang digunakan adalah pisang kepok matang alami, dipilih dengan teliti untuk memastikan tekstur dan rasa yang sesuai standar. Setelah itu, pisang dikupas dan diiris tipis, kemudian dijemur di bawah sinar matahari hingga mencapai tingkat kekeringan tertentu. Tahap penjemuran ini membutuhkan ketelitian karena sangat memengaruhi rasa dan daya tahan sale pisang.

Setelah proses penjemuran selesai, potongan pisang kering digoreng menggunakan minyak bersih yang diganti secara berkala agar kualitas tetap terjaga. Pisang yang sudah digoreng kemudian ditiriskan dan dibiarkan dingin sebelum masuk ke tahap pengemasan. Proses pengemasan dilakukan secara manual tetapi rapi, menggunakan plastik kemasan yang aman dan menarik.

Keseluruhan proses produksi dilakukan dengan pembagian tugas antar anggota keluarga, sehingga setiap tahapan dapat berlangsung cepat dan efisien. Meskipun masih dilakukan dengan metode sederhana, proses kerja yang konsisten membuat kualitas sale pisang tetap stabil dan mampu memenuhi kebutuhan pasar lokal.

Dengan menjaga proses produksi yang bersih, teratur, dan konsisten, Sale Pisang Berkah Jaya berhasil memberikan jaminan mutu kepada konsumen. Saya memang belum punya tempat produksi besar, tapi saya menjaga agar lingkungan kerja tetap bersih,” ucap ibu roziah sambil menunjukkan area pengolahan. Tempat produksi yang sederhana namun tertata rapi menjadi bukti bahwa higienitas tetap menjadi prioritas. Peralatan seperti wajan,

kompas, tampah, dan meja pengemasan disusun teratur sehingga proses kerja terlihat jelas dan tidak berantakan.

Saya pakai plastik tebal yang bening supaya pembeli bisa lihat produknya langsung. Pada kemasan tersebut juga terdapat stiker sederhana berisi nama usaha Sale Pisang Berkah Jaya dan nomor kontak, sebagai identitas usaha saya dan juga sudah berlabel halal dan izin BPOM. Meskipun tidak mewah, kemasan yang bersih dan rapi memberikan kesan profesional kepada pembeli.

Sale pisang harus berwarna coklat keemasan, tidak berminyak berlebihan, dan beraroma khas. “Orang biasanya lihat dulu warnanya. Kalau warnanya bagus dan kemasannya rapi, mereka lebih percaya”<sup>2</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa memiliki keunggulan pada rasa sale pisang yang legit tanpa pemanis buatan serta proses pengeringan alami menggunakan sinar matahari, sehingga menghasilkan kualitas yang lebih khas. Namun, pemasaran produk masih terbatas karena hanya mengandalkan sistem titip di toko-toko sekitar dan belum memanfaatkan media sosial. Dan ada peningkatan pendapatan ketika sebelum adanya pandemic covid 19.

Pekerja 1 mba Munah mengatakan:

“saya telah bekerja di *Home Industry* sale pisang Berkah Jaya pada tahun 2016, kemudian dilihat dari awal saya bekerja hingga saat ini sale pisang mengalami penurunan omset karena kurangnya pengetahuan tentang strategi promosi. Promosi atau pemasaran di *home industry* ini belum menggunakan media sosial seperti, fb,ig, tik tok.”<sup>3</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penurunan omset pada *Home Industry* Sale Pisang “Berkah Jaya” terutama disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang strategi promosi. Keterbatasan dalam

---

<sup>2</sup> Wawancara kepada Ibu Roziah selaku pemilik usaha home Industry Sale Pisang Berkah Jaya, pada 26 Oktober 2025

<sup>3</sup> Wawancara kepada Mba Munah selaku Karyawan Usaha Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya, pada 26 oktober 2025.

penggunaan media digital menyebabkan promosi kurang efektif dan jangkauan pasar tidak berkembang, sehingga berdampak pada menurunnya pendapatan usaha.

Pekerja 2 mba Yanti mengatakan:

“Saya telah bekerja sejak tahun 2017 di *Home Industry* sale pisang Berkah Jaya ini, sepertinya karena bu roziah belum menggunakan media sosial dan kami sebagai pekerja juga belum mengetahui tentang menggunakan media sosial itu bagaimana.”<sup>4</sup>

Meskipun pekerja sudah bekerja sejak 2017, baik pemilik maupun pekerja belum memiliki pengetahuan atau kemampuan dalam menggunakan media sosial. Kurangnya literasi digital ini menjadi hambatan utama dalam memperluas pemasaran dan meningkatkan omset usaha.

Pemilik toko penitipan produk sale pisang berkah jaya 1 mba Eka mengatakan:

“bu Roziah mulai menitipkan sale pisangnya sudah lama, mungkin satu tahun setelah mulai memproduksi sale pisang itu. Dulu banyak, sebelum covid bu Roziah menitipkan sale pisangnya 5kg dengan kemasan harga Rp.5000an perminggu kemudian setelah covid sampai sekarang ini mungkin hanya 2kg an. Seminggu itu kadang habis kadang sisa.”<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan terlihat bahwa pemasaran sale pisang Bu Roziah melalui sistem penitipan mengalami penurunan signifikan setelah pandemi covid-19. Selain itu, penjualan mingguan menjadi tidak stabil, terkadang habis dan terkadang tersisa. Hal

---

<sup>4</sup> Wawancara kepada Mba yanti selakukaryawan usaha Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya, 4 November 2025.

<sup>5</sup> Wawancara dengan Mba Eka pemilik toko penitipan sale pisang berkah Jaya, 6 November 2025.

ini menunjukkan adanya penurunan permintaan dan menurunnya efektivitas strategi pemasaran yang digunakan.

Pemilik toko penitipan produk sale pisang berkah jaya 2 mba Sri mengatakan:

“bu roziah mulai menitipkan produk sale pisangnya sudah lama saya lupa tahun berapa. Dulu 4 sampai 5kg perminggu bahkan lebih tapi setelah ada covid kemarin tinggal 2kg an perminggu, kadang habis cepet kadang sampai disetori lagi itu masih.”<sup>6</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan tidak menentu—kadang cepat habis, namun sering juga masih tersisa hingga harus dikembalikan. Hal ini menunjukkan penurunan permintaan dan berkurangnya efektivitas pemasaran setelah pandemi.

#### **D. Analisis Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Pendapatan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.**

Berdasarkan uraian diatas bahwa, *home industry* sale pisang Berkah Jaya memiliki strategi pemasaran tersendiri khususnya yaitu strategi bauran pemasaran, dimana menggunakan strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

##### **1. Produk**

Produk merupakan sesuatu yang dapat di tawarkan oleh produsen terhadap konsumen maupun pasar agar dapat digunakan, dimiliki ataupun di konsumsi. Usaha *home industry* sale pisang Berkah Jaya ini sangat

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Mba Sri pemilik toko penitipan salepisang berkah Jaya, 6 November 2025.

memperhatikan kualitas pisang, kemasan serta pelayanannya. Hal tersebut sangat penting bagi pengusaha dalam menerapkan strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen.

Sale pisang Berkah Jaya diproduksi langsung di rumah bu Roziah yang ada di Desa Surya Mataram. Sesuai dengan ketersediaan pisang yang ada dan permintaan pemesanan. Untuk memproduksi sale pisang ini, ibu Roziah biasanya memproduksi 2 kg perminggunya tetapi ketika ada pesanan ibu Roziah akan memproduksi lebih banyak.

Menurut Analisis peneliti tentang produk sale pisang berkah jaya di *Home Industry* yang ada di desa Surya Mataram produk merupakan elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah usaha, termasuk pada *Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya*. Produk sale pisang yang dihasilkan memiliki kualitas yang cukup baik, ditandai dengan rasa manis alami, tekstur yang lembut, serta penggunaan bahan baku pisang matang pilihan. Kualitas ini menjadi keunggulan utama yang membuat produk tetap diminati oleh konsumen, terutama mereka yang sudah menjadi pelanggan tetap.

Produk sale pisang yang dihasilkan *Home Industry Berkah Jaya* merupakan hasil olahan pangan rumahan yang mengutamakan cita rasa dan kualitas bahan baku. Pemilihan pisang matang berkualitas menjadi langkah awal yang menentukan mutu produk akhir. Proses pengolahan yang masih dilakukan secara tradisional membuat sale pisang memiliki

rasa manis alami dan tekstur khas yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen.

## 2. Harga

Selanjutnya adalah strategi pemasaran yang dilakukan usaha *Home industry* dalam penentuan harga terhadap produk yang ditawarkan. Seperti penentuan harga yang dilakukan *home industry sale* pisang Berkah Jaya.

**1.2**  
**tabel Pendapatan per-Januari sampai November 2025**

No	Bulan	Kg/Bulan	Pendapatan/Bulan
1	Januari	40 Kg	Rp.2.000.000
2	Februari	25 kg	Rp.1.250.000
3	Maret	100 kg	Rp.5.000.000
4	April	70 kg	Rp.3.500.000
5	Mei	30 Kg	Rp. 1.500.000
6	Juni	30 Kg	Rp. 1.500.000
7	Juli	40 Kg	Rp. 2.000.000
8	Agustus	35 Kg	Rp. 1.750.000
9	September	40 Kg	Rp. 2.000.000
10	Oktober	40 Kg	Rp. 2.000.000
11	November	30 Kg	Rp. 1.500.000
	Jumlah Total	480 Kg	Rp. 240.000.000

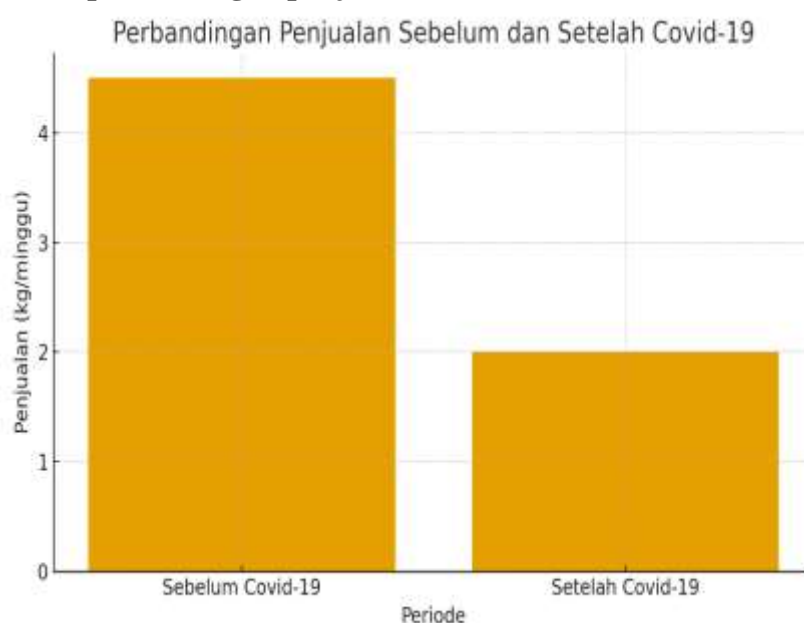
Data pendapatan selama 11 bulan di tahun 2025 ini menggambarkan kondisi usaha yang naik-turun tanpa pola yang jelas. Sebelum pandemi Covid-19, pendapatan *Home Industry Sale* Pisang Berkah Jaya berada pada kondisi yang stabil. Penjualan rutin mencapai sekitar 4–5 kg per minggu, bahkan kadang lebih, karena permintaan konsumen tinggi dan distribusi ke toko toko berjalan lancar. Situasi ini memperlihatkan bahwa sebelum pandemi, usaha memiliki pasar yang kuat, aliran konsumen yang konsisten, serta daya beli masyarakat yang relatif baik.

Namun, setelah pandemi Covid-19 melanda, terjadi penurunan signifikan pada jumlah produk yang terjual. Penjualan yang sebelumnya mencapai 4–5 kg per minggu, turun menjadi sekitar 2 kg per minggu. Penurunan ini terutama disebabkan oleh berkurangnya aktivitas masyarakat, daya beli yang melemah, serta menurunnya belanja di warung-warung lokal. Selain itu, beberapa outlet atau warung tempat penitipan produk juga mengalami penurunan jumlah pembeli sehingga tidak mampu menyerap produk sebanyak sebelumnya.

Perubahan ini menunjukkan bahwa Covid-19 secara langsung berdampak pada pendapatan usaha, baik dari sisi jumlah penjualan maupun jumlah distribusi produk. Meski demikian, usaha Sale Pisang Berkah Jaya tetap bertahan dengan menyesuaikan jumlah produksi sesuai permintaan yang menurun.

### 1.3

**Tabel perbandingan penjualan sebelum dan setelah covid 19**



Berikut tabel dan grafik perbandingan pendapatan/penjualan sebelum dan setelah Covid-19.

Menurut analisis peneliti berdasarkan dari hasil wawancara dan table bahwa *Home Industry* sale pisang berkah jaya sebelum pandemi covid-19 dan setelah pandemic tidak melakukan perubahan harga pada produk, dan Perbedaan tinggi grafik antara periode sebelum dan sesudah Covid-19 mempertegas bahwa pandemi telah memberi dampak negatif terhadap pendapatan usaha. Penurunan hampir 50% ini menuntut adanya strategi adaptasi, baik melalui inovasi pemasaran, perluasan jaringan distribusi, maupun optimalisasi penjualan berbasis pesanan atau media digital agar usaha dapat kembali pulih dan berkembang pada masa pascapandemi.

### 3. Tempat (*place*)

Adalah aktivitas dimana pemilik usaha melakukan penyaluran produk agar sampai ditangan konsumen. Sebagaimana yang dilakukan pemilik usaha *home industry* sale pisang Berkah Jaya.

Menurut analisis peneliti tentang Tempat (*Place*) distribusi Sale Pisang berkah jaya Berdasarkan penjelasan diatas,Pada *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya, sistem distribusi masih dilakukan secara Produk didistribusikan terutama melalui penitipan di warung-warung sekitar desa, yang menjadi saluran utama dalam menjangkau konsumen lokal. Strategi ini memudahkan pelanggan untuk memperoleh produk tanpa harus datang

langsung ke lokasi produksi, sekaligus membantu mempertahankan penjualan rutin.

Selain penitipan di warung, distribusi juga dilakukan melalui penjualan langsung dari rumah dan sistem pemesanan (*order*). Konsumen yang sudah mengenal produk biasanya melakukan pemesanan melalui komunikasi langsung, sehingga memudahkan proses distribusi tanpa membutuhkan biaya tambahan. Sistem ini efektif dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan setia dan memastikan produk tetap terserap meskipun dalam jumlah terbatas. Cara ini masih tetap dilakukan dari sebelum pandemic dan sesudah pandemic covid-19

#### **4. Promosi (*promotion*)**

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Menurut analisis peneliti strategi promosi pada *Home industry Sale* Pisang berkah Jaya, aktivitas promosi masih dilakukan secara sederhana dan tradisional, Bentuk promosi yang paling sering digunakan adalah promosi dari mulut ke mulut, baik melalui rekomendasi pelanggan maupun interaksi langsung antara pemilik dengan pembeli.

Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media nonformal seperti penawaran langsung di lingkungan sekitar dan partisipasi dalam kegiatan masyarakat. Metode ini membantu memperluas jaringan pelanggan, terutama di wilayah Desa Surya Mataram dan sekitarnya. Namun, karena

promosinya masih bersifat lokal, jangkauan pemasaran menjadi terbatas sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas.

Kelemahan utama dalam aspek promosi adalah minimnya pemanfaatan media digital seperti WhatsApp, Facebook, tik-tok, Instagram atau marketplace yang sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan. Tidak adanya promosi visual seperti poster, foto produk yang menarik, atau konten pemasaran juga membuat produk kurang menonjol dibandingkan pesaing yang sudah lebih aktif secara online. Selain itu, karena belum ada branding yang kuat, promosi menjadi kurang maksimal dalam menciptakan identitas produk di mata konsumen baru.

## 5. Orang/SDM

Pada *home industry* Sale Pisang Berkah Jaya terdiri dari tenaga kerja keluarga dan beberapa pekerja tambahan dari lingkungan sekitar. Pengelolaan usaha masih bersifat sederhana dan kekeluargaan, di mana pemilik merangkap sebagai pengelola produksi, pemasaran, serta pengawasan kualitas. Para pekerja umumnya memiliki keterampilan dasar dalam proses pengolahan pisang, mulai dari penjemuran, penggorengan, pengemasan, hingga distribusi ke toko-toko titipan.

Menurut Analisis peneliti berdasarkan wawancara diatas yaitu sebelum adanya covid-19, pekerja di *home industry* sale pisang berkah jaya selain keluarga juga mengrekrut pekerja dari luar salah satunya tetangga-tetangga ibu Roziah, namun setelah pandemic karena omset

mengalami penurunan secara signifikan maka, *home industry* dikelola ibu Roziah sendiri dan dibantu oleh satu karyawan saja.

Sumber daya manusia merupakan faktor penting yang memengaruhi keberhasilan operasional dan kualitas produk pada *Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya*. Berdasarkan kondisi usaha, pengelolaan SDM masih bersifat sederhana karena skala usaha yang kecil dan berbasis rumah tangga. Proses produksi umumnya dilakukan oleh pemilik usaha dengan bantuan anggota keluarga, sehingga pembagian tugas berlangsung secara fleksibel dan tidak terlalu formal.

Keunggulan utama SDM pada usaha ini adalah pengalaman dan keterampilan pemilik dalam mengolah sale pisang. Pengalaman yang dimiliki memungkinkan proses produksi berjalan lancar, mulai dari pemilihan bahan baku, penjemuran, hingga pengemasan. Selain itu, keterlibatan anggota keluarga memberikan efisiensi biaya tenaga kerja, sehingga usaha tetap dapat berjalan meskipun pendapatan bersifat fluktuatif.

Namun, dari sisi profesionalisme dan kemampuan teknis, masih terdapat beberapa kelemahan. Keterbatasan tenaga kerja membuat beban kerja cukup tinggi pada pemilik, terutama ketika permintaan meningkat. Selain itu, belum adanya pelatihan khusus terkait pengolahan pangan, manajemen produksi, atau pemasaran digital menyebabkan potensi pengembangan usaha belum optimal. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan kapasitas produksi maupun kualitas layanan.

## 6. Proses (*process*)

Proses pembuatan sale pisang pada *Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya* merupakan salah satu unsur penting dalam strategi pemasaran 7P. Proses yang baik tidak hanya menentukan kualitas produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen. Dalam usaha ini, proses produksi dilakukan secara terstruktur dan tetap mempertahankan cara tradisional yang menjadi ciri khas sale pisang buatan Ibu Roziah.

Menurut analisis peneliti bahwa Proses dalam produksi Sale Pisang Berkah Jaya merupakan tahapan penting yang menentukan kualitas akhir produk serta kepuasan konsumen. Berdasarkan wawancara diatas bahwa, alur produksi dilakukan secara bertahap dan terstruktur, dimulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan. Tahapan pertama adalah pemilihan pisang matang yang berkualitas baik sebagai bahan utama. Pemilihan ini dilakukan dengan cermat karena tingkat kematangan pisang sangat memengaruhi rasa, tekstur, dan mutu sale yang dihasilkan.

Setelah bahan baku dipilih, proses dilanjutkan dengan pengupasan dan penjemuran pisang. Penjemuran pisang di *Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya* milik ibu Roziah Ini masih memakai cara alami atau tradisional dengan cara di jemur langsung dibawah sinar matahari, bukan menggunakan oven dengan tujuan menjaga kualitas rasa dari sale pisang itu sendiri. Proses ini biasanya memakan waktu beberapa hari tergantung kondisi cuaca. Dalam tahap ini, ketelitian sangat dibutuhkan untuk memastikan pisang tidak terlalu lembek maupun terlalu kering.

Tahap berikutnya adalah pengolahan, yaitu penggorengan, pada tahap ini, pengaturan suhu dan durasi sangat menentukan hasil akhir agar sale tidak gosong dan tetap memiliki tekstur yang renyah namun lembut di dalam. Proses penggorengan ini sebelum covid dilakukan oleh karyawan yang memang sudah diajari khusus oleh ibu roziah, akan tetapi setelah pandemi ibu roziah turun langsung untuk menggoreng sale pisang tersebut, karena dalam proses ini tidak mudah dilakukan oleh pemula. Setelah proses penggorengan selesai, sale dibiarkan dingin sebelum masuk ke tahap pengemasan.

#### **7. Bukti fisik (*physical evidence*)**

Bukti fisik menjadi elemen penting yang berfungsi memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan aman, berkualitas, dan dapat dipercaya. Bukti fisik tidak hanya berupa produk itu sendiri, melainkan juga seluruh aspek yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan selama mereka berinteraksi dengan usaha tersebut.

Bukti fisik biasanya tampak dari kemasan produk, tampilan tempat produksi, peralatan yang digunakan, hingga kebersihan lingkungan kerja. Kemasan yang rapi, bersih, menarik dan sudah berlabel halal juga izin BPOM akan memberikan kesan pertama yang positif kepada konsumen. Selain melindungi produk, kemasan juga mencerminkan profesionalisme usaha. Begitu pula dengan label atau identitas usaha yang dicantumkan pada kemasan, yang menambah rasa percaya dan memudahkan konsumen mengenali produk.

Menurut analisis peneliti berdasarkan hasil pemaparan wawancara diatas yaitu adanya Inovasi kemasan Sale Pisang Berkah Jaya sebelum pandemic covid-19 kemasan belum memiliki label produk,namun setelah pandemic adanya inovasi terlihat dari adanya penggunaan label pada kemasan, yang menjadi langkah penting dalam meningkatkan nilai jual serta daya tarik produk di mata konsumen. Sebelum diberi label, produk hanya dikemas secara sederhana sehingga tidak memiliki identitas yang kuat. Namun, setelah dilakukan inovasi berupa penambahan label merk, tampilan produk menjadi lebih profesional, mudah dikenali, dan memiliki citra yang lebih berkualitas.

Pemberian label ini tidak hanya berfungsi sebagai identitas merk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menyampaikan informasi penting seperti nama produk, pemilik usaha, keunggulan produk, dan nomor kontak. Hal ini membantu meningkatkan kepercayaan konsumen karena produk terlihat lebih terpercaya dan terjamin kualitasnya. Selain itu, label membuat produk memiliki ciri khas yang membedakannya dari pesaing, sehingga memperkuat posisi usaha di pasar.

Secara keseluruhan, inovasi melalui pemberian label merupakan langkah strategis yang berhasil meningkatkan nilai tambah produk dan mendukung upaya peningkatan pendapatan usaha. Inovasi ini menjadi fondasi penting bagi pengembangan branding dan pemasaran di masa depan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya telah mengacu pada konsep bauran pemasaran 7P, namun implementasinya masih belum optimal sehingga belum mampu meningkatkan pendapatan secara signifikan. Produk sale pisang memiliki kualitas dan cita rasa yang baik, tetapi distribusinya masih terbatas pada sistem titip jual di toko sekitar, promosi belum memanfaatkan media sosial, dan sumber daya manusia belum memiliki keterampilan pemasaran. Hal ini berdampak langsung terhadap penurunan pendapatan usaha, yang sebelum pandemi Covid-19 dapat mencapai Rp10.000.000 per bulan dan produksi mencapai 50 kg per minggu, namun setelah pandemi pendapatan turun drastis hingga hanya sekitar Rp2.000.000 per bulan dengan produksi sekitar 15 kg per minggu. Selain itu, proses produksi masih sederhana serta kemasan produk kurang menarik, sehingga tidak mampu menarik banyak konsumen. Dengan demikian, untuk meningkatkan pendapatan, diperlukan penguatan strategi pemasaran melalui pemanfaatan media digital, perluasan jaringan distribusi, inovasi kemasan dan variasi produk, serta peningkatan kompetensi pemasaran agar penjualan dapat meningkat kembali dan usaha mampu pulih secara berkelanjutan.

## B. Saran

Dalam hal ini peneliti memiliki saran agar *Home industry* Sale Pisang Berkah Jaya dapat meningkatkan omset penjualan nya yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan Variasi Produk *Home industry* sale pisang disarankan untuk menambah variasi rasa dan bentuk kemasan agar mampu menarik lebih banyak konsumen.
2. Merancang Pemasaran Digital Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok perlu dioptimalkan untuk memperluas jangkauan pemasaran. Konten promosi yang menarik, testimoni pelanggan, serta penggunaan fitur iklan berbayar dapat meningkatkan visibilitas produk dan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggia, Ramadhan.2023.“Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio),” *Tahta Media* 02, no. 2.
- Cerya, Nurfadillah, “Peranan Home Industry Sale Pisang dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Dusun Purwo Bakti Kabupaten Bungo Program Studi Pendidikan Ekonomi , Universitas Negeri Padang.”
- Efni Cerya. 2003. Nurfadillah Intan. “Peranan Home Industry Sale Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Dusun Purwo Bakti Kabupaten Bungo Program Studi Pendidikan Ekonomi , Universitas Negeri Padang” 7, 2023.
- Fadilla, Rindiani, “Strategi Pemasaran Umkm Keripik Pisang Tunas dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha,” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 2.
- Farhana, Muhammad.2021.“Peran Home Industry Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pengusaha Jamur Tiram Pada Masa Pandemi Covid-19,” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 5, No.2.
- Fatma, Setyaningsih. 2021. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang,” *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 10, no. 1,.
- Fenti, Hikmawati.2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers. Edisi 1 Cetakan 2.
- Haque-fauzi,2002.Grace Marissa, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Pascal Books
- Hartini.2020.*Manajemen Pemasaran Perspektif Digital Marketing*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia,  
<https://www.suryamataram-lamtim.id/#>
- Ikatan Akuntansi Indonesia, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*.
- Imani.2003.Safarinda, Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam).
- Ladiku, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) ( Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma di Manado ) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Manado*.

- Ladiku, Tirta Anggi, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma Di Manado) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado, 2021.
- M. Ali Shodiq, Siyoto Sandu, Skm.2011. *Dasar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Sinar Grafika,
- Mekarisce, Augina Arnild.2020. 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12.
- Moh, Kasiram.2010. *Metode Peneleitian Kualitatif-Kuantitatif* (UIN Maliki Pers,
- Moleong, L. J.2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazar Naamy, Metodologi Penelitian Kualitatif (Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram, 2019).
- No Oktober, "Sentri: Jurnal Riset Ilmiah" 1, no. 2 (2022): 297–303. Analisis Strategi, "Analisis Strategi Persediaan Bahan Baku Produksi Usaha Chokato Di Kota Payakumbuh Untuk Kelancaran Produksi Menurut Ekonomi Syari'ah," 2023.
- Nur, Fadhilah.2019. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumahan," *Pendidikan Ekonomi* 1, no. 69
- Pokhrel, *Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Konsumen Di Titik Balik Coffee Shop Kabupaten Jember*.
- Rahman, Afzalur.1995. *Doktrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf
- Ramadhan, "Teori Pendapatan, Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio.
- Ridho Rokamah, Marselina Elvin, "Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulaka Kabupaten Pacitan," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 1, 2022.
- Saebani, Ahmad Beni.2008. *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia,
- Saida, Zainurossalamia.2020. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Strategi)*, *Forum Pemuda Aswaja*, vol. 11,
- Saifuloh, Imam Nur, Manajemen Produksi dan Pemasaran Home Industry," .

- Sakinah, Pokhrel.2024.*Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Konsumen di Titik Balik Coffee Shop Kabupaten Jember*, vol. 15,
- Saqdah, “Dampak Pasokan Bahan Baku Kulit Pada Persediaan Usaha Kerupuk Kulit" Aslen" di Batusangkar,” Undergraduated Thesis, IAIN Batusangkar, 2022.
- Setyaningsih, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang.”
- Sri, Asih.2024.“Sosialisasi Penerapan Manajemen Produksi Pada UMKM di Desa Kaliwlingi,” *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin* 2, no. 1
- Strategi, “Analisis Strategi Persediaan Bahan Baku Produksi Usaha Chokato Di Kota Payakumbuh Untuk Kelancaran Produksi Menurut Ekonomi Syari’ah.”
- Sugiyono. 2009.*metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
- Ujang, Suhaemi ,“Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih,” *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2, 2021.
- Ujang, Suhaemi, “Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih,” *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 5, no. 2, 2021.
- Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Strategi)*.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMUR SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112  
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; [www.uinjusila.ac.id](http://www.uinjusila.ac.id); [humas@uinjusila.ac.id](mailto:humas@uinjusila.ac.id)

Nomor : B-0256/In.28.1/J/TL.00/10/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Zumaroh (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: KHUSNUL HIDAYATI
NPM	: 2103012020
Semester	: 8 (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah
Judul	: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 15 Oktober 2025  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Mujib Baidhowi**  
NIP 199103112020121005

## **OUTLINE**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN *HOME INDUSTRY* SALE PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Yang Relevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Strategi Pemasaran
  - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
  - 2. Bauran Pemasaran
- B. Pendapatan
  - 1. Pengertian Pendapatan
  - 2. Jenis-Jenis Pendapatan
  - 3. Sumber Pendapatan
  - 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

C. Kontribusi Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
  - 1. Profil Desa Surya Mataram Kecamatan Marga Tiga Lampung Timur
  - 2. Profil *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur
- B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan pada *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui  
Pembimbing Skripsi



Zumaroh, M.E., Sy  
NIP.19790422 200604 2 002

Metro, 14 Oktober 2025  
Peneliti



Khusnul Hidayati  
NPM.2103012020

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN STUDI *HOME INDUSTRY SALE* PISANG BERKAH JAYA DIDESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR

#### A. Observasi

1. Aktivitas pemasaran
2. Interaksi pemilik *Home Industry* sale pisang Berkah Jaya dan pemilik toko
3. Interaksi pemilik *Home Industry* sale pisang Berkah Jaya dan konsumen

#### B. Wawancara

1. Daftar Pertanyaan yang di ajukan kepada Pemilik *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur
    - a. Sejak kapan *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur berdiri?
    - b. Apa keunikan atau keunggulan produk anda?
    - c. Apakah anda menggunakan media sosial/marketplace?
    - d. Strategi promosi apa yang menurut anda paling efektif dalam peningkatan pendapatan?
    - e. Apa kendala utama dalam pemasaran produk sale pisang?
  2. Daftar Pertanyaan yang di ajukan kepada Karyawan *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.
    - a. Sejak kapan anda menjadi karyawan di *Home industry* Sale Pisang berkah Jaya?
    - b. Strategi promosi apa yang menurut anda paling efektif dalam peningkatan pendapatan?
    - c. Apa kendala utama dalam pemasaran produk sale pisang?
  3. Daftar Pertanyaan yang di ajukan kepada Karyawan *Home Industry* Sale Pisang Berkah Jaya di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur.
    - a. Sejak kapan bu roziah menitipkan produknya ditoko ini?
-

- b. Berapa banyak produk yang dititipkan perminggunya?
- c. Berapa lama produk sale pisang habis terjual?

### **C. Dokumentasi**

1. Dokumentasi aktivitas Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya

Mengetahui  
Pembimbing Skripsi



Zumaroh, M.E., Sy  
NIP.19790422 200604 2 002

Metro, 12 Oktober 2025  
Peneliti



Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBRANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112  
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; [www.uinjusila.ac.id](http://www.uinjusila.ac.id); [humas@uinjusila.ac.id](mailto:humas@uinjusila.ac.id)

Nomor : B-0286/In.28/D.1/TL.00/10/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Home Industry Sale Pisang  
Berkah Jaya  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0287/In.28/D.1/TL.01/10/2025,  
tanggal 22 Oktober 2025 atas nama saudara:

Nama : **KHUSNUL HIDAYATI**  
NPM : 2103012020  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Kepala Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 22 Oktober 2025  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002

HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA

DESA SURYA MATARAM, KECAMATAN MARGATIGA, LAMPUNG  
TIMUR

---

Nomor	: -	Kepada Yth,
Lampiran	: -	Ketua Program Studi Ekonomi
Perihal	: Surat Balasan Izin Research	Syariah
		Di Tempat

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat permohonan izin research Mahasiswa UIN Jurai Siwo Lampung di tempat home industry sale pisang berkah jaya, atas nama dibawah ini:

Nama : Khusnul Hidayati

Npm : 2103012020

Semester : 9 (Sembilan)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA DESA  
SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR

Dengan ini kami menyatakan bahwa menerima dan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan research di tempat kami dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Surya Mataram, 02 November 2025

Pemilik Home Industry



Ibu Roziah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.febi.metrouniv.ac.id](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3245/In.28/J/TL.01/12/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
PEMILIK USAHA HOME INDUSTRY  
SALE PISANG BERKAH JAYA SURYA  
MATARAM KEC. MARGATIGA KAB.  
LAMPUNG TIMUR  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Bapak/Ibu PEMILIK USAHA HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA SURYA MATARAM KEC. MARGATIGA KAB. LAMPUNG TIMUR berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **KHUSNUL HIDAYATI**  
NPM : 2103012020  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi Syaria`h  
IMPLEMENTASI MANAJEMEN PRODUKSI DAN  
STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN  
Judul : PENDAPATAN STUDI HOME INDUSTRY SALE  
PISANG BERKAH JAYA DI DESA SURYA MATARAM  
KECAMATAN MARGA TIGA KABUPATEN LAMPUNG  
TIMUR

untuk melakukan prasurvey di HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA SURYA MATARAM KEC. MARGATIGA KAB. LAMPUNG TIMUR, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu PEMILIK USAHA HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA SURYA MATARAM KEC. MARGATIGA KAB. LAMPUNG TIMUR untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 12 Desember 2024  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112  
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; [www.uinjusila.ac.id](http://www.uinjusila.ac.id); [humas@uinjusila.ac.id](mailto:humas@uinjusila.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0287/In.28/D.1/TL.01/10/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **KHUSNUL HIDAYATI**  
NPM : 2103012020  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Syaria'h

Untuk : 1. Mengadakan observasi/survey di Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN HOME INDUSTRY SALE PISANG BERKAH JAYA DESA SURYA MATARAM KECAMATAN MARGATIGA LAMPUNG TIMUR".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
Pejabat-Setempat

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 22 Oktober 2025

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Zumaroh S.E.I, M.E.Sy**  
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SURABAYA  
UNIT PERPUSTAKAAN  
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112  
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); e-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-812/Un.36/S/U.1/OT.01/12/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : KHUSNUL HIDAYATI  
NPM : 2103012020  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103012020.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jember Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 01 Desember 2025  
Kepala Perpustakaan,



Aan Gultoni, S.I.Pust.  
NIP. 19910428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Pendapatan Home Industry Sale Pisang Berkah Jaya Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Lampung Timur** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Desember 2025  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



**Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.**  
NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. KI Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati Prodi : ESy / FEBI  
NPM : 2103012020 Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15-19-2025	<ul style="list-style-type: none"><li>- outline bab I : Pertanyaan Penelitian</li><li>- outline bab II : Roin c di-reformulasi redaksinya</li><li>- outline bab III : uji/penyusunan keabsahan data blm ada. Tambahkan sub</li><li>- outline bab IV : metode profil dan hasil penelitian disesuaikan</li></ul>	

Dosen Pembimbing Skripsi

Zumaroh, M.E.,Sy  
NIP.19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. KH. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020

Prodi : ESy / FEBI  
Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	17-09-2025	Ace outline, lanjutkan penulisan bab 1-III	zf
	6-10-2025	Ace bab 1-III, lanjutkan penyusunan APD	zf

Dosen Pembimbing Skripsi

Zumaroh, M.E., Sy  
NIP.19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. K1 Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020

Prodi : ESy / FEBI  
Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	13-10-2025	Ace APD lanjutkan Pengumpulan data lapangan	

Dosen Pembimbing Skripsi

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh, M.E.,Sy  
NIP.19790422 200604 2 002

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020

Prodi : ESy / FEBI  
Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	08 / 2025 12	<ul style="list-style-type: none"><li>- minimal 50 halaman</li><li>- Footnote tanpa gelar</li><li>- Outline bab IV - V jadi panduan</li><li>- Bab IV bagian A 1 spasi</li><li>- Bagian 1 di bab IV profil desa isinya sejarah singkat, letak geografis dan demografi bukan sejarah saja</li><li>- visi misi desa tidak perlu</li><li>- Di bagian profil home industry disederhanakan</li><li>- Di bab IV setelah wawancara beri tanda kutip dan menjarak ke dalam</li><li>- Penyajian data belum lengkap</li><li>- Analisis belum ada</li><li>- Bab V bagian kesimpulan sesuaikan hasil penelitian</li></ul>	

Dosen Pembimbing Skripsi

Zumaroh, M.E., Sy.  
NIP.19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020

Prodi : ESy / FEBI  
Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	9-12-2025	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analisis diperbaiki</li><li>- Data dilengkapi</li><li>- Kesimpulan sesuai pertanyaan penelitian</li><li>- Saran sesuai fakta di simpulan</li></ul>	

Dosen Pembimbing Skripsi

Zumaroh, M.E.,Sy.  
NIP.19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBARA SIWO LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. KI Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Tlp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website : [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E- mail : [iaim@metrouniv.ac.id](mailto:iaim@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Khusnul Hidayati  
NPM : 2103012020

Prodi : ESy / FEBI  
Semester/TA : IX / 2025

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	10 - 12 - 2025	Ace skripsi, siap dimunaosyakan	if

Dosen Pembimbing Skripsi

Zumaroh, M.E., Sy.  
NIP.19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Khusnul Hidayati  
NPM. 2103012020

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Ibu Roziah selaku pemilik *Home Industry* sale pisang Berkah Jaya



Wawancara dengan mbak Munah selaku karyawan *home industry* sale pisang berkah jaya



Wawancara dengan mbak Yanti selaku karyawan *home industry* sale pisang Berkah Jaya



Wawancara dengan mbak Eka selaku pemilik toko penitipan produk sale pisang Berkah Jaya



Wawancara dengan mbak Sri selaku pemilik toko penitipan produk sale pisang Berkah Jaya



proses pengupasan bahan baku (pisang)



Proses pencetakan bahan baku (pisang)



Proses pengeringan bahan baku (pisang)



Proses pengemasan sale pisang Berkah Jaya



Produk sale pisang Berkah Jaya

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap Khusnul Hidayati, atau akrab disapa Khusnul, lahir di Marga Jaya, 03 April 2003. Tinggal Bersama orang tua dan dibesarkan di Desa Surya Mataram Kecamatan Margatiga Kabupaten Lampung Timur. Penulis merupakan anak terakhir dari dua bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Muhadi dan Ibu Sugiyati. Penulis menyelesaikan Pendidikan formal di TK Taman Surya pada tahun 2008-2009, lalu pada jenjang Pendidikan sekolah Dasar ditempuh di SD Negeri 2 Surya Mataram pada tahun 2009-2015. Pada jenjang berikutnya penulis melanjutkan pendidikannya di tingkat Sekolah Menengah Pertama di SMP PGRI 1 Margatiga pada tahun 2015-2018, lalu Pendidikan selanjutnya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Metro pada tahun 2018-2021. Setelah menyelesaikan Pendidikan pada jenjang sekolah penulis melanjutkan untuk mengemban ilmu keperguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada jurusan Ekonomi Syariah yang dimulai pada tahun 2021.