

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO  
BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT**

**Oleh:**

**MONALISA MAUKY  
NPM. 1903012030**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1445 H /2023 M**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO  
BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar S1 Ekonomi Syariah (S.E)

Oleh:

**MONALISA MAUKY**  
NPM. 1903012030

Pembimbing: Agus Trioni Nawa, M.Pd

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1445 H/ 2023 M**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**(IAIN) METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507  
Fax. (0725) 47296

**NOTA DINAS**

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

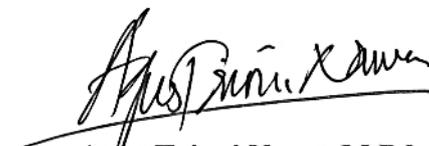
Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Proposal yang disusun oleh:

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN  
SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyah. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Metro, Agustus 2023  
Dosen Pembimbing

  
Agus Trioni Nawa, M.Pd  
NIDN.2012089001

## HALAMAN PERSETUJUAN

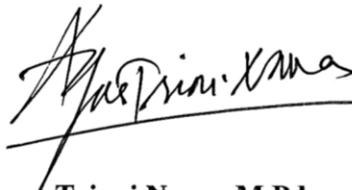
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
Skripsi PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO  
BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Agustus 2023  
Dosen Pembimbing



**Agus Trioni Nawa, M.Pd**  
NIDN.2012089001

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : B-3601/ln.28.3/D/PP.00.9/11/2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT, disusun Oleh: MONALISA MAUKY, NPM: 1903012030, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/02 November 2023.

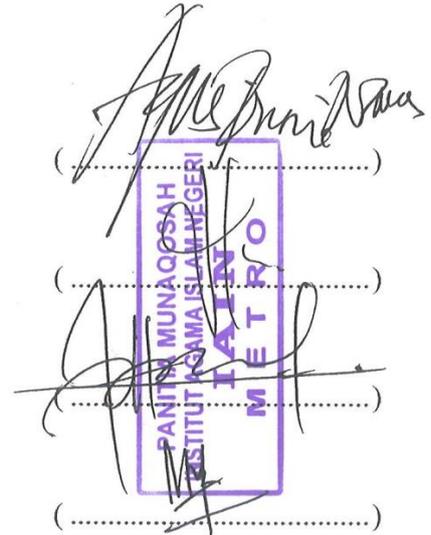
**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Agus Trioni Nawa, M.Pd

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

Penguji II : Hotman, M.E.Sy

Sekretaris : Misfi Laili Rohmi, M.Si



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH**  
NIR 19720611 199803 2 001

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT**

**Oleh:  
MONALISA MAUKY  
NPM. 1903012030**

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan material bangunan di Toko Sinar Jaya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Toko Bangunan Sinar Jaya dalam meningkatkan penjualan.

Metode penelitian yang digunakan penulis disini adalah metode penelitian kualitatif, karena penulis terjun langsung meneliti obyek jenis penelitian menggunakan teknik: wawancara, dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu memperoleh data dari pemilik dan karyawan Toko Bangunan. Sumber data sekunder yaitu data dari sumber dokumen perusahaan, dan jurnal lainnya yang mendukung serta berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk meningkatkan penjualan toko Bangunan Sinar Jaya adalah dengan cara menggunakan teori bauran pemasaran yaitu *Price, Place, Promotion*, dan *Psychal Evidence*. Strategi ini sudah berjalan cukup baik, dimana keempat variabel strategi bauran pemasaran ini saling mendukung dan memberikan peran yang berbeda dalam meningkatkan penjualan diantaranya yaitu melakukan pentapan harga yang sesuai, Promosi di media sosial facebook dan whatasapp. Memberikan potongan harga. Pemasaran langsung melalui media mulut ke mulut, Serta Memberikan pelayanan yang maksimal sopan dan ramah kepada pelanggan yang telah melakukan transaksi di toko.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Penjualan*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MONALISA MAUKY

Npm : 1903012030

Jurusan : 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, 02 November 2023

Yang menyatakan,



**Monalisa Mauky**  
**NPM.1903012030**

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا<sup>١</sup>

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuan  
hambanya"<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> QS: Al-Baqarah, (286)

## PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada peneliti, berkat kasih dan sayang-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini peneliti persembahkan dengan hati yang tulus dan penuh rasa kasih sayang kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Alm Bapak Muhroji Santoso dan Ibu Nanik Ekowati yang telah berjuang dan berkorban sekuat tenaga untuk memberikan yang terbaik, serta tak henti-hentinya memberikan dukungan semangat serta doanya kepadaku.
2. Kakak Kandungku Bella zauharatunissa dan Kakak Ipar Eko Apriyandi serta keponakanku tersayang Aqsaina Gamilya Jasmine dan Arrumisca Sea Jasmine yang selalu memberikan semangat kepadaku.
3. Seluruh dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmu, pengalaman serta bimbingannya khususnya kepada Bapak Agus Trioni Nawa M.Pd
4. Teman-teman tercinta BFLK (sepdika, gita, isnenda, angga, najwan dan billy) yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater ku tercinta IAIN Metro Lampung.

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Material Bangunan di Toko Bangunan Sinar Jaya Tulang Bawang Barat”. Penelitian Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah guna memperoleh gelar S.E

Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Alhamdulillahirobbil‘alamin peneliti panjatkan atas segala nikmat dan Rahmat Allah SWT, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof Dr Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr Siti Zulaikha, S.Ag., MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Metro (IAIN) Metro.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) Metro.
4. Bapak Agus Trioni Nawa, M.Pd selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam pengarahan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Para Dosen dan Staff Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, yang telah memberikan ilmu dan mendidik selama perkuliahan ataupun diluar perkuliahan.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, peneliti ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Aamiin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Metro, 02 November 2023

Penulis,



Monalisa Mauky  
NPM 1903012030

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>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>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Penelitian Relevan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Tujuan Pemasaran .....	9
B. Strategi Pemasaran.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Strategi Pemasaran .....	10
3. Bauran Pemasaran .....	12

C. Penjualan.....	22
1. Pengertian Penjualan .....	22
2. Tujuan Penjualan.....	23
3. Jenis-jenis Penjualan .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	26
1. Jenis Penelitian .....	26
2. Sifat Penelitian.....	26
B. Sumber Data .....	27
1. Sumber Data Primer .....	27
2. Sumber Data Sekunder .....	28
C. Teknik Pengumpulan Data .....	28
1. Wawancara .....	28
2. Dokumentasi.....	29
D. Teknik Keabsahan Data.....	30
E. Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Toko Bangunan Sinar Jaya.....	33
1. Sejarah dan Perkembangan Toko Bangunan Sinar Jaya.....	33
2. Struktur Kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya .....	34
3. Visi dan Misi Toko Bangunan Sinar Jaya.....	36
B. Strategi Pemasaran Toko Sinar Jaya dalam Meningkatkan Penjualan.....	36
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Data Pesaing TB Sinar Jaya .....	3
1.2. Penelitian Relevan .....	6
1.3 Harga barang yang sering di cari di Toko Bangunan Sinar Jaya .....	40
4.1. Jadwal Kerja Toko Bangunan Sinar Jaya .....	43
4.2. Data Omzet Penjualan toko Bangunan Sinar Jaya 2020-2023 .....	52

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
4.1. Struktur Kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya.....	34
4.2. Lokasi TB Sinar Jaya.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri bahan bangunan di Indonesia terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seiring dengan meningkatnya kondisi perekonomian nasional, dimana kesejahteraan masyarakat memberikan peran penting dalam pengembangan bisnis bangunan. Toko material bangunan berperan aktif dalam pembangunan terutama pada sektor sipil, karena merupakan komponen utama dalam pembangunan fisik berupa sarana dan prasarana infrastruktur. Hal tersebut membuat bisnis bangunan mempunyai prospek yang tinggi khususnya dalam bidang penyedia material bangunan karena mempunyai potensi dan cukup stabil.<sup>1</sup> Oleh karena itu bisnis bangunan menjadi salah satu usaha yang banyak diburu karena untuk resiko kerugian minim.

Sekarang telah banyak bisnis bahan bangunan yang ada, hal ini menuntut semua yang mempunyai bisnis bahan bangunan untuk dapat melakukan kegiatan penjualan dan pemasaran secara lebih efektif dan efisien<sup>2</sup>, dimana keadaan pasar beralih dari *seller market* (kekuatan terletak ditangan penjual) menjadi *buyer market* (kekuatan terletak ditangan pembeli). Dalam kondisi seperti ini, produsen atau pengusaha akan berusaha mendapatkan pembeli dengan memperhatikan permintaan dan selera konsumen.<sup>3</sup> Dengan

---

<sup>1</sup> Hartono, "Pengembangan Industri Bahan Bangunan yang Ramah Lingkungan," *Jurnal Kementerian Perindustrian*, Vol 1, No. 1, (2013).

<sup>2</sup> Donni Juni Priansa dan Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2016).

<sup>3</sup> Sulham Rijal, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Perusahaan Dedaku Food and Drink Kab. Bulukumba," *Nobel Management Review*, Vol 3, No. 4, (2022), 14–24.

demikian, pemilik bisnis harus mampu untuk menciptakan sesuatu yang unik dan menarik sehingga pelanggan dapat puas dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan.

Untuk mencapai sebuah kesuksesan suatu bisnis tidak terlepas dari kegiatan pemasaran, Pemasaran dalam ilmu manajemen diartikan sebagaimana perdagangan dengan penekanan pada pelaksanaan fungsi fungsi manajemen. Pemasaran tidak hanya meliputi kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi mencakup beberapa kegiatan lain yang cukup kompleks seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru, dan kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang dijual.<sup>4</sup> Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu" (QS.An-nisa: 29).<sup>5</sup>

Dari ayat di atas Allah SWT memerintahkan kita untuk tetap dalam kewajiban terhadap Agama untuk menjalankan kegiatan penjualan dengan sebaik baiknya, ayat diatas mengatur dan mengajarkan agar dalam perdagangan ataupun pemasaran masing-masing pihak memperoleh kedudukan yang seimbang, saling menguntungkan, terbebas dari praktik riba, maisir, gharar, dan zalim. Seorang muslim diperintahkan untuk kembali

<sup>4</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 1

<sup>5</sup> QS: An-Nisa, (29)

mengurus urusan dunianya dengan ketentuan tidak lupa mengingat Allah SWT agar tidak melanggar perintah-Nya. Orang yang menyeimbangkan urusan duniawi dan urusan akhirat itulah yang diridhai oleh Allah SWT.

Toko Bangunan Sinar Jaya berdiri sejak tahun 2010. TB Sinar Jaya berlokasi di jalan poros, Desa Tunas Jaya, Kecamatan Gunung Agung, Tulang Bawang Barat yang merupakan jalur penghubung antara 2 desa, sampai saat ini sudah memiliki 3 karyawan, TB Sinar Jaya menyediakan berbagai jenis produk dari beberapa perusahaan produsen bahan bangunan seperti PT. Semen Indonesia, Avian Brands, PT. Maspion, Semen Tiga Roda, dll yang selalu mengedepankan kualitas.<sup>6</sup> Menjalankan usaha bangunan tidak terlepas dari adanya persaingan, semakin ketatnya persaingan toko bangunan di Desa Tunas Jaya membuat TB Sinar Jaya harus menerapkan strategi yang tepat agar mampu bersaing dengan toko- toko bangunan lain nya

**Tabel 1.1**  
**Data Pesaing TB Sinar Jaya**

No	Nama Toko
1.	TB Bintang Tani
2.	TB Suka Jaya
3.	TB Beton Agung

Berdasarkan tabel 1.1 mengenai data pesaing pada bidang yang sama yaitu usaha toko bangunan, Salah satu persaingan yang terjadi dalam usaha bangunan yaitu terdapat Terdapat 3 toko bangunan yang letaknya berdekatan dari TB Sinar Jaya. Namun dari masing-masing toko usaha bangunan ini memiliki keunggulan yang berbeda-beda baik dari kelengkapan produk, kualitas, harga, pelayanan dan juga lokasi.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Eva pada tanggal 30 Desember pukul 16.00 WIB

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Eva pada tanggal 30 Desember pukul 16.00 WIB.

Melihat dari segi harga toko Bangunan Sinar Jaya memiliki harga yang bervariasi, dalam beberapa barang cenderung sedikit lebih mahal dan ada beberapa barang yang lebih murah dibandingkan dengan toko bangunan lainnya salah satunya yaitu toko bangunan bintang tani. Contohnya harga paku papan yang dijual di toko Bangunan Sinar Jaya sebesar 320 ribu /1 kardus dengan berat 28 kg. Sedangkan di toko bangunan Bintang Tani paku dengan ukuran yang sama mempunyai harga sebesar 325 ribu. Harga paku di TB Bintang Tani cenderung lebih murah dibandingkan dengan TB Sinar Jaya. Untuk harga paku eceran di Toko Bangunan Sinar Jaya adalah sebesar 13 ribu/Kg. Sedangkan di Toko Bangunan bintang Tani sebesar 12 ribu/Kg.

Selain harga yang relatif miring dengan toko bangunan lainnya TB sinar jaya sudah berdiri cukup lama, tetapi menurut penuturan dari bapak Thomas sebagai owner dari TB Sinar Jaya hal tersebut bukan menjadi tolak ukur utama terhadap kenaikan penjualan tetapi ada hal lain yang menjadi kendala terhadap kenaikan pendapatan dari penjualan yakni keputusan pembelian dalam jumlah sedikit di karenakan kurang lengkapnya produk sehingga walaupun jumlah konsumen bertambah, namun jika pembelian yang dilakukan konsumen pada setiap purchase order sedikit akan mempengaruhi penjualan serta kurang giat dalam melakukan promosi, promosi hanya melalui media online facebook dan whats app, tidak adanya promosi melalui banner atau pamlet, dan tidak adanya katalog produk.

Adanya fenomena tersebut membuat peneliti ingin meneliti dan mencari tahu lebih dalam mengenai strategi pemasaran untuk menaikkan pendapatan dari penjualan material bahan bangunan di toko Bangunan Sinar Jaya dan mengangkat sebagai pokok permasalahan dalam penelitian.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka pertanyaan penelitian adalah Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya dalam meningkatkan penjualan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan material bangunan di toko Bangunan Sinar Jaya.

### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai referensi dan literatur kepustakaan terkait dengan kajian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko-toko bangunan, serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para akademisi untuk meningkatkan pengetahuan mengenai ilmu pengetahuan di bidang bisnis ekonomi.

#### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan yang dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang terkait serta sosialisasi masyarakat mengenai pentingnya pemahaman akan pemasaran produk untuk menjalankan sebuah bisnis.

## D. Penelitian Relevan

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Relevan**

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Erra Fitri luknawati (2020)	Strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan pada toko bangunan usaha dagang tiga roda rejtangan tulungagung	menerapkan strategi promosi dengan dengan melakukan survey lapangan dan melakukan wawancara ke konsumen dan menerapkan strategi bauran promosi dalam meningkatkan omzet penjualan. Diantaranya, periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung ( <i>Direct marketing</i> )	Antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini berfokus terhadap Strategi Pemasaran	Pada penelitian ini menggunakan bauran promosi (marketing mix) yakni <i>personal selling, advertsing, sales promotion, public relation, direct marketing</i> . Sedang peneliti menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) 7p yaitu <i>product, price, place, promotion, people, process, physical evidence</i>
2.	Asniar (2020)	Strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko harapan bangunan padang sappa kecamatan ponrang kabupaten luwu.	mempromosikan harga-harga diskon kepada pembeli yang datang di toko, menyediakan barang yang berkualitas sehingga pembeli merasa senang ketika datang membeli bahan bangunan di toko Harapan Bangunan ini.	Antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini berfokus terhadap Strategi Pemasaran	Perbedaan terletak pada variabel yang digunakan, pada penelitian yang dilakukan oleh asniar menggunakan variabel minat beli sedangkan pada penelitian yang peneliti teliti menggunakan variabel penjualan
3.	Nurjanah dan Rahmanda indah sari (2018)	Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan bahan bangunan pada toko bangunan Sri Rejeki	melakuka promosi yang gencar agar promosi yang dijangkau lebih luas, lalu menambah produk yang lebih variatif agar dapat menarik minat beli konsumen, menambah armada pengangkutan barang agar pengantaran barang lebih cepat, menambah jumlah karyawan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat.	Antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini berfokus terhadap Strategi Pemasaran	Pada penelitian ini menggunakan analisis Matrix SWOT. Sedangkan pada penelitian peneliti tidak menggunakan analisis SWOT

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pemasaran

##### 1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) berasal dari kata *market* (pasar). Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat berkumpulnya sekelompok penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pertukaran barang. Pasar adalah tempat dimana konsumen bersedia berinteraksi dengan kebutuhan dan keinginannya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>1</sup> Pemasaran dalam pengertian sempit adalah menjual dan mempromosikan.

Menurut Djaslim S. pemasaran adalah suatu sistem total kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan, harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Dalam pengertian modern dan globalisasi saat ini, definisi pemasaran lebih luas lagi, dimana para pemasar sudah lebih berorientasi pada pelanggan, pada kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk dan merek.<sup>2</sup>

*American Marketing Association (AMA)* mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi dan distribusi dari ide-ide, barang-barang dan

---

<sup>1</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 2.

<sup>2</sup> Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran.*, (Bandung: CV Linda Karya, 1999).

jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional. Sedangkan Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.<sup>3</sup>

Tjahjaning dan Sholiha berpendapat, pemasaran adalah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa dengan pihak lain. Sedangkan aktivitas yang dilakukan meliputi: pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, pembiayaan, penanganan resiko, perolehan informasi pasar, dan standarisasi.<sup>4</sup>

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tenaga pemasaran zaman modern dan global saat ini harus mampu menciptakan nilai dan hubungan yang berkesinambungan dengan pelanggan. Saat persaingan mulai ketat dan jumlah pesaing juga mulai semakin banyak dan pasar tidaklah seragam, beragamnya tingkat kebutuhan, keinginan, dan permintaan membuat penjualan sulit untuk memenuhi target penjualannya, sehingga diperlukan konsep pemasaran. Konsep pemasaran menitik-beratkan pada kebutuhan pembeli dengan gagasan-gagasannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang ditawarkannya dan

---

<sup>3</sup> Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12., (Jakarta: Erlangga, 2013).

<sup>4</sup> E, Tjahjaningsih dan E Soliha, *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*, (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Stikubank Semarang, 2015)

berbagai usaha untuk menciptakan, mengirimkan dan mengkonsumsinya. Jadi pada intinya pemasaran adalah suatu proses mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

## **2. Tujuan Pemasaran**

Setiap perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu. Pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu. Tujuan utama pemasaran adalah memberi kepuasan kepada konsumen, bukan komersial atau mencari laba<sup>5</sup>. Dengan adanya tujuan memberi kepuasan ini, maka kegiatan marketing meliputi berbagai lembaga produsen.

## **B. Strategi Pemasaran**

### **1. Pengertian Strategi**

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan<sup>6</sup>. Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana

---

<sup>5</sup> Saprijal Makmur, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan", *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Volume 3, Nomor 1, (2018).

<sup>6</sup> Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012).

sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa strategi merupakan keseluruhan konsep atau cara untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai.

## 2. Strategi Pemasaran

Secara umum, strategi pemasaran dimaknai sebagai serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang terkait dengan pemindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, yang meliputi identifikasi dan evaluasi peluang, analisa segmen pasar, pemilihan target pasar, dan perencanaan bauran pemasaran yang tepat.<sup>7</sup>

Beberapa pengertian strategi pemasaran menurut para ahli:

- a. Menurut Fandy Tjipto & Gregorius Chandra, strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspansi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang akan digunakan oleh perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya di bidang pemasaran untuk mencapai tujuan, di dalamnya tercantum keputusan-

---

<sup>7</sup> Ikatan Bankir Indonesia, (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 219.

keputusan mengenai target pasar, penempatan produk, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.<sup>8</sup>

- b. Strategi pemasaran menurut Sofyan Assauri adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>9</sup>
- c. Strategi pemasaran menurut Philip Kotler adalah pendekatan pokok yang digunakan oleh unit bisnis di dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk pasar, bauran pemasaran, serta tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.<sup>10</sup>

Strategi pemasaran juga mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan erat, yakni:

- a. Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan “sasaran” perusahaan.
- b. Bauran pemasaran (*Marketing mix*), yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015).

<sup>9</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran.*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013)

<sup>10</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 41.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut.<sup>11</sup>

### **3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri atas tujuh elemen berikut ini:

#### **a. Produk (*Product*)**

Produk (*Product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran. Di TB Sinar Jaya menjual barang-barang material bangunan, material yang dijual pun beragam jenisnya seperti besi, kayu, papan, semen, keramik, asbes, batu, paku dan beberapa produk lainnya yang banyak dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan untuk membuat rumah, pertokoan, maupun bangunan lainnya. Pengembangan produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan dan berpengaruh terhadap volume penjualan.<sup>12</sup> Produk merupakan jenis dan karakteristik barang yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan pelanggan, hal paling penting yang harus

---

<sup>11</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Ibu eva pada tanggal 30 desember pukul 16.00 WIB.

diperhatikan adalah kualitas produk dan kelengkapan produk. Kualitas produk merupakan fokus utama dalam suatu usaha dagang, kualitas merupakan suatu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Dengan demikian kualitas produk dan kelengkapan produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, kualitas produk memiliki hubungan terhadap volume penjualan yang berarti jika suatu produk dapat memenuhi kriteria konsumen misalnya daya tahan, bentuk yang menarik dan suatu produk baik maka konsumen akan merasa puas dengan produk yang dihasilkan dan akan melakukan pembelian sehingga volume penjualan dapat meningkat.<sup>13</sup>

#### **b. Harga (*Price*)**

Harga produk adalah jumlah yang di bayarkan atas transaksi suatu barang, merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karna hal ini menentukan keuntungan dan keberhasilan

---

<sup>13</sup> Ayu Agustina, "Analisis Faktor Kualitas Produk Dan Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Genteng UD Super Blitar". *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, (Penataran), Vol. 1 No. 1, (2016), 104-114.

suatu usaha, menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran.<sup>14</sup> Melihat dari segi harga TB Sinar Jaya memiliki harga yang bervariasi, dalam beberapa barang cenderung sedikit lebih mahal dan ada beberapa barang yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan toko bangunan lainnya.

Hal ini tergantung pada merk yang diinginkan, contohnya harga semen yang bermerk Conch dijual seharga 52ribu /sak dengan berat 40 kg sedangkan untuk merk Tiga Roda dijual seharga 58ribu/sak dengan berat yang sama.<sup>15</sup> Harga merupakan peranan yang sangat penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian dan tidak boleh dikesampingkan oleh perusahaan. Hal ini yang mendasari dibutuhkannya analisis kualitas produk dan harga guna meningkatkan volume penjualan. Harga adalah satu-satunya elemen yang dapat menghasilkan pendapatan, selain elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga adalah salah satu elemen yang fleksibel. Terdapat 4 indikator yang mempengaruhi harga antara lain yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

---

<sup>14</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), 13.

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan bapak Thomas pada tanggal 17 Januari 2023

1) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga ialah tingkat harga yang sudah ditetapkan oleh penjual terhadap barang dan jasa berdasarkan kemampuan pembeli.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas.

Kesesuaian harga dengan kualitas ialah tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan oleh penjual dengan kualitas yang terdapat pada produk yang didapatkan oleh pembeli.

3) Daya saing harga

Harga menjadi faktor utama yang dilihat oleh pembeli, dimana apakah harga tersebut sebanding dengan kualitas manfaat yang didapatkan oleh pembeli.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat ialah harga yang telah ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diberikan penjual terhadap barang atau jasa tersebut diberikan kepada pembeli.

**c. Tempat (*Place*)**

Tempat adalah salah satu bagian dalam marketing mix yang juga sangat menentukan sebuah usaha, apakah usaha tersebut dapat berkembang atau tidak. TB Sinar Jaya beralamat di Desa Suka Jaya, Kecamatan Gunung Agung, Kabupaten Tulang Bawang Barat. Selain itu lokasi yang baik juga memberikan banyak keuntungan untuk perusahaan. Sebagaimana menurut Kasmir, bahwa lokasi adalah tempat

melayani konsumen atau tempat dimana untuk meletakkan barang-barang atau produknya dagangannya agar terlihat oleh pelanggan.<sup>16</sup> Jadi secara luasnya lokasi merupakan tempat dimana konsumen dapat memilih produk/jasa yang ditawarkan dari pengusaha tersebut. Dalam pemilihan lokasi juga dapat memberikan berbagai keuntungan finansial dan non finansial. Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan, kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya. Karena berada di lingkungan pasar desa tunas jaya dan terletak di pinggir jalan besar tentunya jangkauan konsumen akan lebih mudah.

#### **d. Promosi (*Promotion*)**

Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang 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 yang bersangkutan

Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk.<sup>17</sup> Hal yang diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi. Bauran promosi itu tidak lain adalah

---

<sup>16</sup> Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh., (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2014.

<sup>17</sup> Christoper H Lauren dan K Wright Lovelock, *Managemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Indeks Gramedia Group, 2012), 44-48.

bermacam-macam cara atau kegiatan promosi yang dilakukan untuk mempengaruhi target pasar. Beberapa teori promosi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*)

Menurut Tjiptono iklan adalah salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya.<sup>18</sup> Periklanan merupakan bauran promosi yang mudah dijumpai di berbagai media, yang di definisikan sebagai bentuk penyajian informasi mempersonal tentang suatu produk, merek, perusahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Iklan biasanya menampilkan informasi mengenai sebuah produk, serta organisasi atau merk yang mensponsori nya. Iklan merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk tulisan seperti yang tertuang pada brosur, reklame, pamflet, banner dan pada media masa seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, papan luar ruang, banner serta website atau media online lainnya seperti facebook, instagram, twitter. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa periklanan adalah komunikasi yang berbayar yang bersifat non personal dengan menggunakan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat terhadap produk yang kita perjual belikan. Pada Toko Bangunan Sinar Jaya menerapkan

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3., (Jakarta: Andi, 2008).

periklanan atau *advertising* melalui media online seperti facebook dan whatsapp.

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan seperti memberikan diskon, potongan penjualan, potongan penjualan biasanya senilai 1% dari harga barang. memberikan hadiah atau reward berupa pemberian sembako tetapi dengan syarat sudah memenuhi total pembelian dan total minimum kuantitas produk serta pada hari hari besar tertentu seperti bulan ramadhan contohnya bila melakukan pembelian granit/keramik minimal 20 dus akan mendapatkan sembako berupa gula/minyak selama bulan ramadhan berlaku kelipatan. Menurut Sutisna, promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.<sup>19</sup>

## 3) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan didefinisikan sebagai komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan

---

<sup>19</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 299.

membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.<sup>20</sup> Penjualan perorangan melibatkan pembicaraan langsung antara penjual dan pelanggan potensial. Penjualan tatap muka ini menyediakan umpan balik segera yang membantu wiraniaga untuk menyesuaikan diri.

Dapat disimpulkan bahwa penjualan perseorangan merupakan kegiatan promosi yang dilakukan dengan cara tatap muka langsung dengan pelanggan atau konsumen, yang dilakukan biasanya dengan menggunakan telepon, konferensi video, atau dengan komunikasi lainnya. Melalui cara tatap muka pelanggan atau konsumen akan mempermudah berhubungan dengan pelanggan atau konsumen.

**e. Orang (*People*)**

Semua orang atau sumber daya manusia (SDM) yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan dalam jangka panjang. *Image* perusahaan sangat bergantung kepada sikap dan perilaku orang-orang yang terlibat langsung (SDM) sehingga hal tersebut tentunya akan memengaruhi kualitas pelayanan yang ditawarkan. Dalam perusahaan jasa, hubungan antara karyawan dan konsumen memegang peran yang sangat penting dalam menciptakan nilai jasa atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses

---

<sup>20</sup> Alfiyandi dan La Ode Syarfan, "Analisis Bauran Promosi, (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Da Ichi Life Cabang Pekanbaru," *Jurnal Universitas Islam Riau*, Vol 1, No 1, (2016).

*People* berperan penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen ataupun konsumen. *Marketer* harus memiliki sikap jujur dan bertanggung jawab kepada produk dan jasa yang dihasilkan. *People* merupakan asset utama dalam industri barang dan jasa, apalagi *people* yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. TB Sinar Jaya memiliki 3 orang karyawan yang memiliki kemampuan pengetahuan yang baik, yang mampu melayani para konsumen atau pelanggan yang datang hendak membeli bahan material di TB Sinar Jaya. Karyawan yang berkinerja tinggi akan membuat konsumen puas dan loyal. Faktor yang tak kalah penting dalam *people* ialah sikap sopan santun dan motivasi dari karyawan dalam industri barang dan jasa.<sup>21</sup>

**f. Proses (*Process*)**

Proses adalah semua prosedur aktual, layanan, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan produk agar sampai kepada pelanggan. Elemen proses ini mempunyai arti yakni upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan.<sup>22</sup> Proses didalamnya terdapat kualitas layanan yang dapat dikatakan sebagai Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan produk dalam memenuhi keinginan pelanggan. Proses didalamnya juga terdapat pemesanan yang artinya suatu aktivitas yang dilakukan oleh konsumen sebelum membeli. Sebuah proses meliputi

---

<sup>21</sup> Hasil Wawancara Dengan Bapak Diki Pada Tanggal 17 Januari 2023

<sup>22</sup> Didin Fatihudin & Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa, (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 180.

seperti pembayaran, penghantaran, pelayan sesudah dan sebelum penjualan serta garansi dan sebagainya.<sup>23</sup>

**g. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)**

*Physical Evidence* atau bukti fisik adalah lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi, beserta dengan semua komponen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa.<sup>24</sup> Elemen dari *physical evidence* termasuk seluruh aspek fasilitas fisik dari organisasi jasa yang terdiri dari atribut *eksterior* dan *interior* serta hal berwujud lainnya. Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalam sarana fisik antara lain bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

Pemasaran sebagai upaya memenangkan pasar produk dan jasa. Tantangan setiap jenis bisnis dan perusahaan adalah memenangkan persaingan agar dapat menjaga kelangsungan hidupnya. Diantara fungsi perusahaan yang terdiri dari operasi, keuangan, SDM, fungsi pemasaran lah yang bersinggungan secara langsung dengan masyarakat sebagai target pasarnya. Setiap perusahaan dituntut jeli dalam melihat perubahan pasar sehingga produk yang dijualnya selalu dapat diterima.

---

<sup>23</sup> Hasil Wawancara Dengan Bapak Diki Pada Tanggal 17 Januari 2023.

<sup>24</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta. 2010)

Toko Bangunan Sinar Jaya berusaha memberikan kepuasan tersendiri karena pelayanan cukup baik dan sistem pembayarannya lebih memudahkan pelanggan, sehingga setiap pelanggan atau *customer* merasa nyaman ketika berbelanja di TB Sinar Jaya.<sup>25</sup>

## C. Penjualan

### 1. Pengertian Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen. Semua kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan atau toko adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, guna mencapai keuntungan yang optimal. Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>26</sup>

Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup biaya-biaya dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh

---

<sup>25</sup> Hasil wawancara dengan bapak thomas pada tanggal 5 januari pukul 13.00 WIB.

<sup>26</sup> Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Buku Seru, 2013), 12.

karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan dan juga promosi promosi yang lainnya.<sup>27</sup>

## 2. Tujuan Penjualan

Pada umumnya tujuan penjualan adalah mendapatkan laba dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan. Tujuan penjualan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang dan jasa yang terjual akan selalu menghasilkan laba, karena perlu diperhatikan pula proses proses dari penjualan yang dapat menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam menerapkan strategi penjualan.

Ada tiga tujuan umum dalam melaksanakan penjualan adalah sebagai berikut:

a. Mencapai volume penjualan

Perlu adanya kerjasama yang diantara fungsionaris dalam perusahaan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing.

b. Mendapatkan laba tertentu

Hal ini diperlukan guna mengukur keberhasilan suatu penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan tujuan penjualan.

c. Menunjang pertumbuhan perusahaan Pimpinan (*Top manager*)

Harus dapat bertanggung jawab, pimpinanlah yang harus mengukur seberapa besar suksesnya dan kegagalan yang dihadapinya

---

<sup>27</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ke-3, (Yogyakarta: Liberty, 2007), 183.

untuk dapat ditentukan dengan cara menentukan estimasi tentang potensi pesaing, kemampuan tenaga penjualan.

Target penjualan ini merupakan suatu perkiraan tingkat penjualan yang dapat diharapkan berdasarkan pada rencana pemasaran yang telah ditetapkan dan pada situasi lingkungan pemasaran tertentu, dengan tercapainya target penjualan maka akan menghasilkan jumlah keuntungan yang meningkat

### 3. Jenis-jenis Penjualan

Menurut Murti Sumarni dalam bukunya bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan Penjualan dapat di bedakan menjadi:

- a. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.<sup>28</sup>

Basu Swastha pada buku "Manajemen Penjualan", menerangkan bahwa terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah *Trade selling*, *Missionary selling*, *Technical Seling*, *New bussines selling*, *Responsive selling*<sup>29</sup>:

---

<sup>28</sup> Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 321.

<sup>29</sup> Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : BPFE. 2011).

Adapun penjelasan dari klasifikasi di atas yang dikemukakan oleh Basu Swatha, yaitu:

- a. *Trade Selling*, penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
- b. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- e. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving and retaining. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

#### 4. Perbedaan Penjualan Dengan Pemasaran

Marketing atau penjualan adalah suatu kegiatan yang lebih luas dimana penjualan hanya merupakan satu kegiatan didalam pemasaran dan sistem keseluruhan yang meliputi kegiatan-kegiatan bisnis yang saling mempengaruhi yang ditujukan untuk membuat rencana, menetapkan harga, mempromosikan, mendistribusikan produk agar dapat memuaskan kebutuhan untuk mencapai pasar target sehingga dapat meraih sasaran-sasaran organisasi

##### a. Penjualan

- 1) Menekankan Kegiatan Produk
- 2) perusahaan mula-mula membuat produk, kemudian berusaha menjualnya
- 3) berorientasi pada bagaimana tercapainya volume penjualan sebesar-sebesaranya
- 4) rencananya biasanya berjangka pendek, dengan kata lain produk produk sekarang, harus dipasarkan sekarang

##### b. Pemasaran

- 1) menekankan pada apa yang diinginkan oleh konsumen
- 2) perusahaan mula-mula meneliti apa keinginan konsumen, kemudian merancang bagaimana membuat produk tersebut, agar memuaskan selera konsumen
- 3) manajemen berorientasi pada profit dalam arti laba total bukan laba per unit barang

- 4) rencana dibuat jangka panjang, dalam arti memikirkan pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

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

Jenis penelitian yang digunakan merupakan (*fields research*) Jenis Penelitian lapangan adalah melakukan kegiatan lapangan untuk memperoleh berbagai data dari informasi yang dilakukan.<sup>1</sup>

Peneliti memulai kegiatan langsung kelapangan untuk mengadakan penelitian tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah yang meliputi tinjauan langsung ke toko Bangunan Sinar Jaya untuk mengetahui informasi mengenai sistem penjualan, strategi pemasaran yang diterapkan serta untuk menggali informasi yang dapat di gunakan untuk data penelitian. Penelitian lapangan sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.

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

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dikarenakan penelitian ini berupaya untuk membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian tertentu. Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam mencari fakta status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi,

---

<sup>1</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.

suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat.<sup>2</sup> Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta tentang strategi pemasaran, maka penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan bahan material bangunan pada Toko Bangunan Sinar Jaya.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sedangkan sumber utama dalam penelitian kualitatif ialah katakata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.<sup>3</sup> Sumber data yang peneliti gunakan dibagi menjadi dua sumber, yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang utama dimana sebuah data dihasilkan pada penelitian ini, peneliti memperoleh sumber data primer dari pemilik Toko Bangunan Sinarjaya, pegawai, dan konsumen yang berlangganan di Toko Bangunan Sinarjaya yang terdiri dari konsumen yang membeli untuk dijual kembali, konsumen yang membeli untuk keperluan pribadi dan konsumen yang membeli untuk kebutuhan pembangunan.

---

<sup>2</sup> Sedarmayanti, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Mandar Maju, 2012), 31

<sup>3</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), 157

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, buku, jurnal, hasil penelitian, gambar, surat kabar dan lain sebagainya yang dapat mendukung data primer.<sup>4</sup> Sumber data sekunder yang digunakan oleh peneliti bersumber adalah buku Fandy Tjiptono berjudul Strategi pemasaran dan buku Sofyan assauri berjudul Manajemen Pemasaran. Serta dokumen yang dapat memberikan informasi terkait permasalahan yang sedang diteliti dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, dokumen tertulis yang di gunakan adalah dokumentasi berupa rekapitulasi catatan keuangan, catatan keluar masuknya barang barang di toko Bangunan Sinar Jaya yang dapat dijadikan data untuk keperluan penelitian.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Hal yang harus dilakukan oleh seorang peneliti dalam sebuah penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data ini dimaksudkan untuk memudahkan penulisan proposal penelitian lebih lanjut. Untuk mendapatkan data secara objektif, ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis diantaranya:

### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung dua arah, artinya pertanyaan datang dari

---

<sup>4</sup> Ronny Kountur, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 178

pihak yang mewawancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancarai.<sup>5</sup> Pada penelitian ini berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>6</sup> Berdasarkan jenis di atas, untuk dapat mencapai apa yang diharapkan maka penulis menggunakan interview bebas terpimpin. Wawancara dilakukan dengan bapak Thomas edi kumawanto selaku pemilik usaha Toko Bangunan Sinar Jaya, guna memperoleh data yang akurat tentang perkembangan tingkat penjualan produk yang dijual pada tokonya, selain itu wawancara dilakukan dengan Ibu Eva sari selaku istri dari bapak Thomas yang juga merupakan pengelola di toko Bangunan Sinar Jaya, bapak Madi, bapak Adi, dan bapak Hadi selaku karyawan pada Toko Bangunan Sinar Jaya guna mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan tingkat penjualan pada toko Bangunan Sinar Jaya.

## 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku teori, dan dokumen. Dalam penelitian ini peneliti mempelajari dokumen atau arsip khusus milik TB Sinar Jaya. Seperti catatan keuangan, catatan keluar dan masuknya barang, nota nota penjualan serta dokumen lain yang memberikan informasi dan data data yang diperlukan untuk penelitian. Dengan metode ini diharapkan peneliti

---

<sup>5</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi.*, 96.

<sup>6</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 83.

memperoleh data tentang penerapan strategi pemasaran dan promosi, data penjualan dan data lain yang berhubungan dengan permasalahan.

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

Konformabilitas adalah kriteria untuk menilai kualitas hasil penelitian dengan penelusuran dan pelacakan catatan atau rekaman data lapangan dan koherensinya dalam intepretasikan dan simpulan hasil penelitian yang dilakukan auditor. Untuk memenuhi penelusuran atau pelacakan, tersebut perlu menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan, seperti perlu menyiapkan bahan-bahan yang diperlukan, seperti hasil rekaman, hasil analisis data, dan catatan tentang prises penelitian. Sehingga jika hasil tersebut menunjukkan adanya konfirmabilitas, maka hasil penelitian kualitatifnya bisa diterima dan diakui.<sup>7</sup>

Peneliti memulai mengumpulkan bahan penelitian berupa bebarapa pertanyaan-pertanyaan yang akan digunakan sebagai bahan yang digunakan untuk penelitian lalu peneliti melakukan wawancara kepada pihak pemilik dan karyawan toko bangunan setelah melakukan wawancara dan mengolah hasil wawancara tersebut, kemudian peneliti melakukan konfirmasi agar data tersebut valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, rekaman, dan

---

<sup>7</sup> Dr. Sanasintani, S.Th.,.M.Pd *Metode penelitian pendidikan kualitatif perspektif kekinian* (malang: selaras, 2020)

dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sistematis, menyusun kedalam pola. Analisis data adalah upaya data yang sudah tersedia kemudian sehingga dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian, serta memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta memungkinkan peneliti menyajikan apa yang sudah peneliti temukan dan membuat kesimpulan sehingga akan mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>8</sup>

Adapun beberapa tahapan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut<sup>9</sup>:

1. Reduksi data, merupakan bentuk analisis yang menajamkan, mengarahkan dan membuang yang tidak perlu. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah mengidentifikasi data, kemudian diklasifikasikan menjadi beberapa kategori, selanjutnya membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema dan menulis memo.
2. Penyajian data, kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah mengorganisasikan data yang sudah direduksi. Data tersebut disajikan terpisah antara satu tahap dengan tahapan yang lain, tetapi setelah dikategorikan lalu di reduksi, maka keseluruhan data dirangkum dan disajikan secara terpadu. Dengan melihat penyajian data maka dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.
3. Penarikan kesimpulan (verifikasi), data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh

---

<sup>8</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Cet. 5, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016).

<sup>9</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2014).

pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi, teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi teman sejawat serta konsultasi dengan dosen pembimbing.

4. Kesimpulan akhir, kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan akhir ini dapat diharapkan diperoleh setelah pengumpulan data selesai. Dan data dapat disampaikan secara terstruktur sesuai data yang ada di lapangan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Toko Bangunan Sinar Jaya**

##### **1. Sejarah dan Perkembangan Toko Bangunan Sinar Jaya**

Toko Bangunan Sinar Jaya merupakan toko bangunan yang menjual berbagai keperluan bahan bangunan yang didirikan oleh bapak Thomas Edi Kusmawanto pada november 2010, TB Sinar Jaya beralamatkan di Pasar Tunas Jaya, desa Tunas Jaya, kecamatan Gunung Agung kabupaten Tulang Bawang Barat, berbekal pengalaman yang dimiliki dalam bidang bangunan. Pada tahun 2010 usaha ini berawal hanya memiliki toko kecil dan sederhana yakni hanya satu blok atau satu ruko saja, serta hanya memiliki 1 karyawan, pada awal berdiri produk yang disediakan masih tergolong minim, hanya menjual keperluan bahan bangunan serta penjualan masih dilakukan secara manual tanpa adanya strategi pemasaran seperti melakukan promosi, sehingga hal ini toko Bangunan Sinar Jaya masih menjual barang atau produk material secara langsung atau *direct marketing*. Dalam perjalanan usahanya bapak thomas sempat mengalami kegagalan yang membuat usaha ini hampir gulung tikar, namun karena kegigihan dan jiwa pantang menyerah yang dimilikinya usaha ini terus berjalan dan berkembang hingga saat ini.

Seiring berjalanya waktu dan pengelolaan yang baik tahun 2020 Toko Bangunan Sinar Jaya mulai menerapkan strategi pemasaran seperti melakukan promosi seperti penjualan pribadi, promosi penjualan, dan periklanan, sehingga Toko Bangunan Sinar Jaya dipercaya oleh beberapa

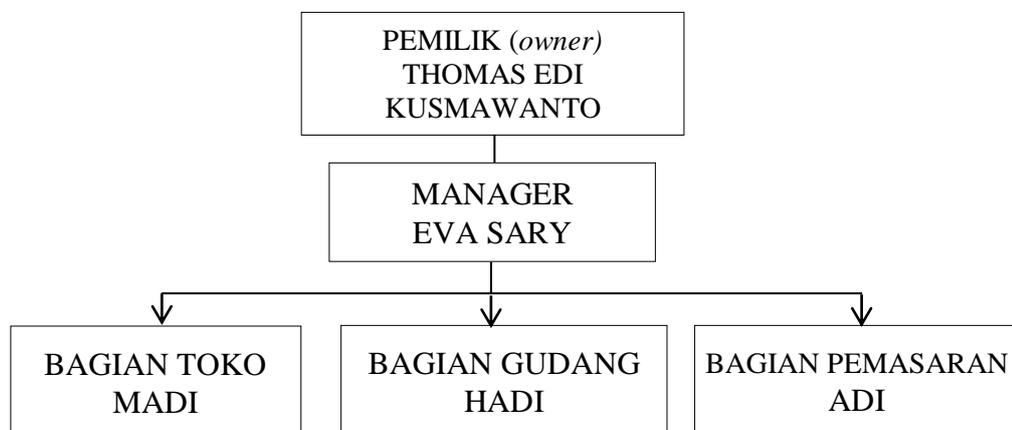
orang sebagai penyaluran dan jaringan distribusi dari produk-produk mereka seperti semen, cat, pipa serta mulai didatangi oleh sales-sales yang menawarkan produk mereka selain menjual barang bangunan TB sinar jaya semakin menambah produk yang dijual yakni menjual barang elektronik dan juga barang alat pertukangan. Berdirinya Toko Bangunan Sinar Jaya mempunyai tujuan agar dapat membantu masyarakat mendapatkan bahan bahan material bangunan secara mudah dan murah untuk menciptakan pembangunan yang lebih maju.

## 2. Struktur Kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya

Berdasarkan informasi yang diperoleh perihal struktur kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya, sebagaimana yang telah disebutkan oleh bapak Thomas dalam hasil wawancara bahwa:

*"Untuk struktur kepengurusan kerja disini tidak terlalu di permasalahan mbak, semua sudah dibagi sesuai tugasnya mbak tapi ya kadang nggak mesti juga mbak intinya ya kita kerja bareng bareng mbak kalo ada yang perlu dibantu ya kita sama sama yang penting konsumen bisa dilayani dengan baik"*

**Gambar 4.1**  
**Struktur Kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya<sup>1</sup>**



<sup>1</sup> Dokumentasi Struktur kepengurusan Toko Bangunan Sinar Jaya

Untuk mengetahui lebih lanjut, berikut ini di uraikan tugas dan tanggung jawab mulai dari pemilik atau *owner* sampai pada masing-masing bagian sesuai dengan struktur kepengurusan yang ada sebagai berikut:

a. Pemilik Toko (*owner*)

Bapak thomas selaku pemilik bertanggung jawab atas keseluruhan penyelenggara toko dan kinerja seluruh karyawan.

b. Manajer

Ibu Eva Sary bertanggung jawab atas manajemen ditoko serta mengatur keluar masuknya keuangan di toko, serta mengatur penerimaan barang dan harga jual barang.

c. Bagian toko

Bapak madi yakni bertugas sebagai wakil bagian toko yang memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab kepada pemilik toko atas kelancaran toko, barang-barang ditoko, melakukan pengawasan dan mengecek terhadap barang yang dijual serta membereskan barang yang terpajang di depan toko ketika buka dan tutup toko.

d. Bagian Gudang

Bapak hadi yakni bertugas untuk bertanggung jawab kepada pemilik toko dan memastikan barang-barang stock digudang dalam keadaan baik dan terjaga, memastikan barang keluar masuk terhitung dengan baik serta menjaga dan memelihara kebersihan gudang.

e. Bagian pemasaran

Bapak adi yakni bertugas melayani konsumen serta menerima pesanan konsumen, mengambil, menyiapkan, mengantarkan barang ke konsumen dan memastikan pengantaran barang bisa tepat waktu kepada konsumen.

### **3. Visi dan Misi Toko Bangunan Sinar Jaya**

a. Visi

Toko Bangunan Sinar Jaya mempunyai visi menjadi toko bangunan yang mampu memenuhi dan menyediakan bahan-bahan bangunan yang dibutuhkan konsumen secara konsisten.

b. Misi

Menyeleksi supliyer produk yang mampu bekerja secara konsisten, menyediakan produk berkualitas, menciptakan karyawan yang mampu bekerja dengan baik dan propesional serta mengutamakan kepuasan pelanggan.

### **B. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Material Bangunan di Toko Bangunan Sinar Jaya Tulang Bawang Barat**

Strategi Pemasaran merupakan tahap untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh Toko Bangunan Sinar Jaya dalam menghadapi persaingan. Hal ini dapat diamati dengan pendekatan secara langsung melalui wawancara. Dalam memasarkan produknya Toko Bangunan Sinar Jaya telah memiliki suatu strategi yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan kepuasan konsumen serta kepercayaan konsumen, dan

mempertahankan kelangsungan perusahaan di pasar yang kompetitif, mengingat ada Toko Bangunan Bintang Tani yang terletak tidak jauh dari Toko Bangunan Sinar Jaya. Dalam mencapai tujuannya Toko Bangunan Sinar Jaya menggunakan strategi pemasaran yang terdiri dari bauran pemasaran *Price, Place, Promotion, Physical Advance*.

### **1. Price (Harga)**

Strategi harga memiliki peran sangat penting dan harus diperhatikan. Berikut ini strategi yang diterapkan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya:

- a. Dalam penetapan harga Toko Bangunan Sinar Jaya menetapkan harga berdasarkan kualitas barang dan mengikuti harga pasar, begitu juga sama halnya dengan Toko Bangunan Bintang Tani untuk penetapan harga mengikuti harga dari distributor dan produsen barang material itu sendiri, jadi dalam hal penentuan harga kedua toko bangunan tidak memiliki perbedaan secara signifikan.
- b. Menetapkan standar harga yang baik dan tentunya tidak merugikan pembeli setidaknya harus sesuai dengan kualitas barang yang dijual.
- c. Tidak mengambil keuntungan lebih banyak atau di atas keuntungan normal.

**Tabel 1.3**  
**Harga barang yang sering di cari di Toko Bangunan Sinar Jaya**

No.	Barang yang paling sering dibeli	Omzet penjualan perhari	Laba bersih
1.	Semen	Rp 5.000.000	Rp 250.000
2.	Besi	Rp 3.000.000	Rp 150.000
3.	Paku	Rp 2.000.000	Rp 100.000
4.	Pipa/paralon	Rp 1.000.000	Rp 50.000
5.	Cat	Rp 1.000.000	Rp 50.000
6.	Lampu	Rp 450.000	Rp 22.500
7	Keran	Rp 300.000	Rp. 25.000
8	sambungan pipa	Rp 100.000	Rp 5.000

Toko Bangunan Sinar jaya merupakan solusi bagi konsumen yang mencari bahan bangunan, hal ini dikarenakan konsumen dapat memesan produk yang mereka inginkan. Produk yang sering dicari oleh konsumen di Toko Bangunan diantaranya adalah semen, paku, besi, paralon, serta produk eceran seperti paku. Dalam penjualan produk pemilik toko bangunan mengambil laba bersih 5% dari harga penjualan seperti pada contoh tabel di atas contohnya produk semen dengan harga per 1 sak semen yakni dijual dengan harga terendah Rp 53.000 dengan rata rata penjualan perhari kurang lebih 100 sak sehingga Toko Bangunan mengambil laba bersih 5% dari harga produk itu sendiri

Toko Bangunan Sinar dan Toko Bangunan Bintang Tani dalam menetapkan harga usaha sangat mempertimbangkan dengan kebutuhan

konsumen. Selain itu, pihak Toko Bangunan Sinar Jaya maupun Toko Bangunan Bintang Tani sama-sama mengikuti harga pasaran dalam menentukan harga, adapun sistem harga yang ditetapkan oleh Bapak Thomas dan Bapak Rifai selaku pemilik toko bangunan ini adalah sistem standar maksudnya tidak terlalu tinggi dari harga yang ditetapkan dari distributor bahan material, selaku pemilik toko bangunan keduanya mengatakan bahwa beliau tidak terlalu mengambil untung yang banyak sebab bagi beliau tidak masalah untung yang diperolehnya sedikit asalkan yang membeli atau memesan bahan bangunan banyak.

Sebagaimana yang telah disebutkan oleh bapak thomas dalam hasil wawancara bahwa:

*"Kalo masalah harga kita ngikutin harga dari toko sebelah mba, sama harga pasarannya berapa kalo beda juga paling seribu, dua ribu mba. Pokoknya nggak jauh beda lah mba dari toko pesaing"*<sup>2</sup>

Hal ini dilakukan agar harga pasaran tetap stabil dan tidak merusak harga pasaran, meskipun terkadang kurang memadai akan tetapi pihak Toko Bangunan Sinar Jaya tidak menaikkan harga produknya melainkan dengan cara memberikan diskon kepada konsumen. Setiap produk memiliki harga yang berbeda dalam memberikan diskon kepada konsumen yang berlangganan dan melakukan pembelian produk melebihi Rp 500.000,- ribu atau Rp 1.000.000,- ke atas maka diberikan potongan harga. Potongan harga biasanya diberikan senilai 1% dari harga barang,

---

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas pemilik toko bangunan pada tanggal 20 Mei pukul 16.00 WIB.

misalnya harga barang senilai total Rp 2.500.000,- maka untuk diskon diberikan Rp 25.000,-

Oleh karena itu Toko Bangunan Sinar Jaya mencari distributor produk material bangunan dengan harga yang semurah murahnya, berbelanja produk sering kali langsung terjun kepada distributor sehingga dapat menjual bahan material dengan harga yang lebih murah.

Sebagaimana yang telah disebutkan oleh bapak thomas dalam hasil wawancara bahwa:

*"kalo belanja sering langsung ke distributor soale nyari harga semurah-murahe mbak, kadang kalo dari sales itu agak beda harganya sama distributornya langsung mbak, jadi saya ngalahi langsung ke distributor mbak"*<sup>3</sup>

Berbeda dengan Toko bangunan Bintang Tani seringkali dalam memberikan diskon mengadakan promo diskon salah satunya adalah promo diskon pembelian Rp.150.000 mendapatkan voucher Rp.25.000 pada pembelian kedua dengan jangka waktu penukaran voucher selama dua hari. Promosi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan jangka waktu yang singkat. Namun diketahui promosi ini dinilai belum berhasil bahkan ada beberapa pelanggan yang menolak mentah-mentah terhadap pemberian voucher tersebut, karna kebanyakan konsumen tidak menggunakan voucher tersebut di kemudian hari nya. Selain itu juga terdapat produk yang berlabel diskon mulai dari 10%-50%, yaitu produk elektronik, dan produk-produk rumah tangga seperti kran dan lampu

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan bapak thomas pemilik toko bangunan sinarjaya pada tanggal 21 Mei 2023

Untuk sistem pembayaran *cashbon*/hutang toko sinar jaya tetap menerima pembayaran secara *cashbon*/hutang tetapi hanya kepada konsumen yang telah dikenal oleh pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya atau yang masih memiliki hubungan kerabat atau saudara dan teman dekat, hal ini dilandasi karena tidak semua konsumen dapat memberikan rasa kepercayaan kepada pemilik toko Bangunan Sinar Jaya

Bapak Thomas selaku pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya dalam hasil wawancara mengatakan:

*"Kalo casbon atau hutang sama orang dekat apa sama keluarga gitu mbak ndak berani kalo semua orang takut susah mbayar e"*<sup>4</sup>

Berbeda halnya dengan Toko Bangunan Bintang Tani yang tidak menerima pembayaran secara *cashbon*/hutang dari konsumen atau pelanggan, Toko Bintang Tani hanya menerima pembayaran secara langsung tunai (*cash*) maupun transfer hal ini memiliki beberapa alasan yaitu Toko Bintang Tani tidak ingin adanya permasalahan pembayaran dikemudian hari.

Bapak Rifai selaku Pemilik Toko Bangunan Bintang Tani dalam wawancara mengatakan:

*"untuk pembayaran barang atau produk material dan elektronik saya hanya menerima secara langsung atau cash mbak, biar nggak ribet saya takutnya nanti malah selip sama pelanggan lainnya"*<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan bapak thomas pemilik toko Bangunan Sinar Jaya pada tanggal 20 Mei pukul 13.00 WIB.

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Rifai pemilik Toko Bangunan Bintang Tani pada tanggal 22 november 2023 pukul 10.00 wib

Dalam penjualan produk Toko Bangunan Sinar Jaya tidak menggunakan label harga pada produk nya, Toko Bangunan Sinar Jaya menjual produk secara manual karena tidak mempunyai alat untuk sistem barcode sehingga dalam penjualan produk tidak menggunakan label harga, hal ini juga dikarenakan sering terjadinya perubahan harga maka dari itu Pemilik toko bangunan memilih tidak untuk menggunakan label harga. berbeda hal nya dengan Toko Bangunan Bintang Tani masih ada beberapa produk yang menggunakan label harga seperti pada produk elektronik dan juga produk rumah tangga seperti terminal, stop kontak, lampu.

Sebagaimana yang telah disebutkan oleh bapak madi selaku karyawan dalam hasil wawancara bahwa:

*"kita gapake label-label harga mbak, harga itu suka berubah mba dari sananya jadi enak gausah pake mba"*<sup>6</sup>

Harga merupakan ukuran untuk dapat mengetahui berapa besar nilai suatu barang dan jasa. Harga turut menentukan berhasil tidaknya akan laku dipasaran, karena harga merupakan nilai dari suatu barang yang dinyatakan dalam satuan uang. Selain itu juga harga dipakai sebagai patokan atau titik permulaan bagi penentuan harga lainnya atau harga merupakan saran penghubung antara pembeli dan penjual. Artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran akan suatu produk barang atau jasa.

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Madi karyawan toko bangunan pada tanggal 20 Mei pukul 16.00 WIB.

Di Toko Bangunan Sinar Jaya harga merupakan salah satu pertimbangan dalam meningkatkan penjualan, konsumen dalam melakukan pembelian sering kali memperhatikan harga jual, ketika konsumen diberikan harga miring maka besar kemungkinan akan menjadi pelanggan. Tetapi selain harga konsumen juga sering mempertimbangan pembelian karna kualitas barang itu sendiri atau konsumen yang sangat membutuhkan barang tersebut.

## **2. *Place (Tempat)***

Toko Bangunan Sinar Jaya berlokasi di Jalan poros tepatnya di pinggir pasar Desa Tunas Jaya, Kecamatan Gunung Agung, Kabupaten Tulang Bawang Barat, provinsi Lampung. Karena letak yang sangat berdekatan Toko Bangunan Bintang tani juga berlokasi di Desa Tunas Jaya, Kecamatan Gunung Agung, Kabupaten Tulang Bawang Barat tepatnya di pasar Desa Tunas jaya. Sebelum memasarkan produknya, maka harus difikirkan lokasi tempat yang strategis, pemilihan lokasi merupakan investasi yang sangat mahal, sebab lokasi bisa menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Dalam aspek tempat, TB Sinar Jaya dan TB Bintang Tani memiliki tempat yang cukup strategis, dimana letak nya berdekatan dan tidak jauh dari pasar, Tugu Desa, Bank BRI, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui Toko Bangunan Sinar Jaya.

**Gambar 4.2**  
**Lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya dan Toko Bangunan Bintang Tani<sup>7</sup>**



Menurut hasil wawancara dengan bapak thomas selaku pemilik TB Sinar Jaya mengatakan alasan pemilihan lokasi, karena lokasi Toko Bangunan ini cukup strategis berlokasi disekitaran pasar sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan karena Lokasi Toko Bangunan ini mudah dijangkau dan mudah ditemukan di google maps. Lokasi toko kami yang cukup strategis sehingga memudahkan konsumen dalam menemukan toko kami.

Bapak Thomas selaku pemilik dalam hasil wawancara mengatakan:

*"Sebenere kalo lokasi itu saya punya tanahnya disini mbak, jadi ya saya mbangun usahanya di sini, pas banget dekat pasar mba jadi yo nggak susah"<sup>8</sup>*

Toko Bangunan Sinar Jaya memiliki beberapa pesaing, ini dapat dilihat dari beberapa toko bangunan yang berdiri di area pasar maupun di luar pasar. Di area pasar terdapat satu toko bangunan selain Toko

<sup>7</sup> Dokumentasi foto Google maps lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas pemilik toko bangunan pada tanggal 20 Mei pukul 16.00 WIB.

Bangunan Sinar Jaya yang menjual keperluan bahan bangunan yaitu TB Bintang Tani

Bapak Hadi selaku karyawan dalam hasil wawancara mengatakan bahwa:

*"gimana ya mbak tiap usaha itu punya pesaing mbak tapi konsumen kan punya langganan sendiri sendiri, rezeki udah ada yang ngatur mbak"*<sup>9</sup>

Setiap konsumen di toko Bangunan Sinar Jaya yang berbelanja bebas memilih terhadap barang yang dibeli apakah di bawa sendiri atau diantarkan, konsumen yang membeli barang dalam kuantitas besar akan diantarkan sampai rumah oleh pihak Toko Bangunan Sinar Jaya selama daerah masih mencakupi satu kecamatan oleh TB sinar jaya, dalam pengiriman barang biasanya barang akan dikirimkan sesuai antrian dari konsumen konsumen sebelumnya sehingga tidak bisa menjamin pengiriman tersebut dapat tepat waktu.

Jadwal kerja karyawan Toko Bangunan Sinar Jaya dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.1**  
**Jadwal Kerja Toko Bangunan Sinar Jaya**<sup>10</sup>

<b>Hari</b>	<b>Buka</b>	<b>Tutup</b>
Senin	07.00 WIB	17.00 WIB
Selasa	07.00 WIB	17.00 WIB
Rabu	07.00 WIB	17.00 WIB
Kamis	07.00 WIB	17.00 WIB
Jumat	07.00 – 11.30 WIB	14.00 – 17.00 WIB
Sabtu	07.00 WIB	17.00 WIB

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Hadi karyawan toko bangunan pada tanggal 20 Mei 2023

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 Mei 2022

Pengaturan jadwal kerja karyawan toko Bangunan Sinar Jaya mulai dari hari senin sampai hari sabtu, untuk hari minggu toko Bangunan Sinar Jaya tidak buka atau memberikan libur untuk karyawannya setiap hari minggu. Seperti yang dikatakan Bapak Thomas pemilik usaha Toko Bangunan ini yaitu kami telah berusaha untuk memuaskan pelanggan kami, sehingga kami harus menyelesaikan pesanan tepat waktu atas permintaan konsumen. Toko Bangunan Sinar Jaya memberikan libur setiap hari minggu agar pemilik serta karyawan dapat beristirahat atau bisa meluangkan waktu untuk keluarga. Akan tetapi beda halnya pada hari jum'at dimana toko bangunan ini tutup jam 11.00 AM sampai dengan jam 14.00 PM, buka kembali setelah jum'atan jam dari jam 14.00 sampai dengan jam 17.00 PM seperti biasanya.

### **3. *Promotion (Promosi)***

Promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengkomunikasian komponen-komponen program pemasaran secara persuasif kepada khalayak sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari kedua belah pihak. Promosi berperan sebagai koordinasi upaya-upaya komunikasi pemasaran untuk mempengaruhi sikap atau perilaku. Secara umum promosi dapat dilakukan dengan lima cara yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya, yaitu penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan masyarakat (*public relation*). Dalam hal ini Toko

Bangunan Sinar Jaya dan Toko Bangunan Bintang Tani mempunyai cara promosi sebagai berikut:

a. Penjualan pribadi

Pertemuan antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan tanpa adanya perantara, komunikasi tersebut merupakan salah satu elemen dari promosi penjualan pribadi. Promosi tersebut dilakukan oleh berbagai kegiatan bisnis

Sebagaimana yang dikatakan oleh Bapak Thomas selaku pemilik dalam hasil wawancara mengatakan bahwa:

*“saya tekankan sama anak buah saya itu harus bagaimana ya, pokoknya harus kalau disini tuh namanya sumeh, setiap ada orang pembeli tuh harus cepat-cepat ditanggapi gitu, kalo ada yang datang seakan-akan itu belum masuk di ruangan penjual itu sudah di song-song gitu lo, ditanggapi gitu pokoke”<sup>11</sup>*

Dalam memproses pesanan, karyawan Toko Bangunan Sinar Jaya cepat dan tanggap dalam melayani konsumen. Sistem pelayanan pun memudahkan konsumen mendapatkan barang dan produk yang diinginkan. Didalam pelayanan dan pemesanan sistem penjualan masih menggunakan sistem manual, dimana ketika konsumen hendak membeli barang maka konsumen dapat melihat barang atau produk fisik secara langsung.

Bapak Thomas selaku pemilik dalam hasil wawancara mengatakan bahwa:

*"ketemu langsung sama pemilik ya sering banget mbak, pas ditoko setiap hari pasti ketemu sama pembeli, kalo pembeli langsung*

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 Mei 2023

*dateng ketoko itu enak mba kita bisa jelasin harga, kualitas, fungsi secara rinci. Terus kalo misal kurang cocok kan langsung bisa negosiasi gitu enaknya gimana mbak"<sup>12</sup>*

b. Promosi Penjualan

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Thomas Edi selaku pemilik toko bangunan mengatakan:

*"Selain ngasih potongan harga untuk barang-barang tertentu, saya memperbolehkan konsumen yang mau beli barang seperti semen bisa dibeli kiloan sama pipa bisa dibeli permeter. saya juga jual produk langsung sama pelanggan, dengan cara menawarkan via online oleh tim pemasaran ataupun langsung datang kepada kami untuk melakukan pembelian".<sup>13</sup>*

Sedangkan yang dikatakan oleh Bapak Madi selaku karyawan mengatakan bahwa:

*"kalo belinya banyak diatas 500rb ya pasti dikasih diskon mba"<sup>14</sup>*

Selain memberikan potongan harga dan diskon, Toko Bangunan Sinar Jaya juga memberikan reward atau hadiah Pada periode hari-hari besar seperti hari lebaran, natal, dan tahun baru berupa sembako seperti Gula, Minyak, mie instan, kuas Roll kepada pelanggan atau konsumen yang berbelanja dengan minimal pembelian tertentu contohnya apabila konsumen melakukan pembelian keramik/granit minimal 20 dus akan mendapatkan minyak goreng/gula dan berlaku kelipatan

---

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 mei 2023

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Thomas Pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 Mei 2023

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Madi karyawan Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 Mei 2023

c. Periklanan

Agar masyarakat umum mengetahui produk yang dijual, Toko Bangunan Sinar Jaya dan Toko Bangunan Bintang Tani menyediakan dan membangun informasi tentang produk, target pasar, saluran distribusi untuk pembelian. Adapun bentuk-bentuk promosi yang digunakan Toko Bangunan Sinar Jaya maupun Toko Bangunan Bintang Tani adalah dengan menggunakan Iklan. Periklanan yang dilakukan Toko Bangunan Sinar Jaya berbeda dengan periklanan yang dilakukan oleh toko bangunan bintang tani. TB Sinar Jaya menggunakan media sosial yaitu *facebook* dan *whatsapp*

Berbeda dengan Toko Bangunan Bintang Tani yakni pesaing Toko Bangunan Sinar Jaya untuk periklanan tidak menggunakan media sosial seperti yang disampaikan oleh pemilik Toko Bangunan Bintang Tani

*"untuk promosi lewat social media itu belum pernah mbak, ya selama ini saya pikirnya ini di desa jadi orang itu juga jarang pake media sosial jadi belum pernah make media sosial"<sup>15</sup>*

d. Publikasi (publicity)

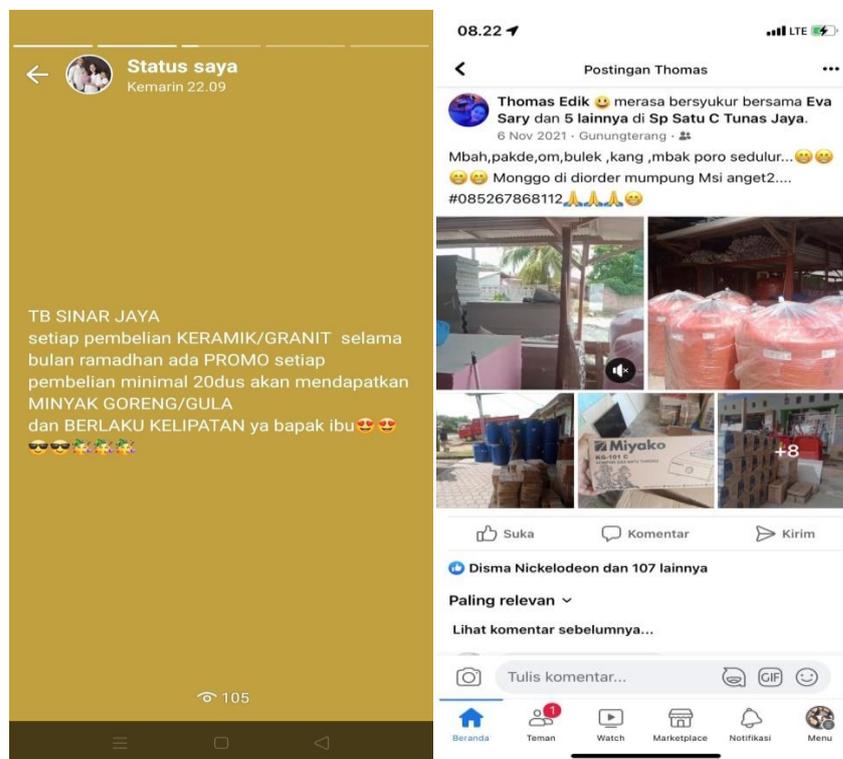
Pak Thomas selaku pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya mengunggah foto produk ke halaman media sosial Facebooknya yang memiliki teman yang berjumlah 2.123 orang dan whatsapp dengan mencantumkan keterangan yang dianggap Pak Thomas

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan bapak rifai selaku pemilik Toko Bangunan Sinar Jaya pada 22 november 2023 pukul 10.00 wib

tidak membosankan namun tetap memberi daya tarik sendiri kepada konsumen. Selanjutnya beliau biasa memasarkan di Whatsapp yaitu mengunggah di status Whatsapp, dengan begitu kontak yang menyimpan nomer Pak Thomas akan mengetahui produk dengan mudah .

**Gambar 4.3**  
**Gambar promosi melalui facebook dan whatsapp oleh Toko Bangunan Sinar Jaya<sup>16</sup>**



Bapak madi selaku karyawan Toko Bangunan Sinar Jaya dalam hasil wawancara mengatakan sebagai berikut:

*"sesekali ya diposting mbak di facebook apa nggak di wa tapi nggak mesti setiap saat mbak"<sup>17</sup>*

<sup>16</sup> Dokumentasi foto promosi TB Sinar Jaya melalui facebook dan whatsapp

<sup>17</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Madi karyawan Toko Bangunan Sinar Jaya pada 20 Mei 2020

Menurut peneliti dalam melakukan strategi promosi melalui digital marketing pak Thomas berusaha memasarkan produknya ke berbagai media digital yang ada pada saat ini dan saling mengaitkan satu sama lain. Menurut peneliti hal tersebut adalah salah satu upaya untuk memperluas pangsa pasar. Yang semula hanya lingkup satu kecamatan, dengan melakukan promosi akan memperluas hingga pada kecamatan lainnya dengan jaungkan yang lebih luas,

e. Hubungan Masyarakat (public relation)

Toko Bangunan Bintang Tani mempunya startegi marketing Pemberian harga khusus atau discount untuk produk tertentu namun untuk discount tidak bisa dipastikan nominal discount itu sendiri terkadang setiap produk memiliki discount yang berbeda, pemberian undian kepada pembeli yang membeli dalam jumlah tertentu, dan pemberian cinderamata serta kenang-kenangan lainnya kepada pembeli seperti Kalender dan juga payung yang bertuliskan Toko Bangunan Bintang Tani, selain itu dalam hal promosi Toko Bangunan Bintang tani ikut serta menjadi sponsor untuk klub bola anak desa tunas jaya di acara Liga Anak Nusantara U-11

---

**Gambar 4.4**  
**Toko Bangunan Bintang Tani menjadi sponsor pada liga anak nusantara U-11 Di Yogyakarta**



PT PROPAN JAYA  
 Bintang Baja  
 Para sponsor



Alhamdulillah atas dukungan penuh serta doa yg sll mengiringi langkah kami...  
 Anak-anak SSB FORTUNA u11 mendapatkan juara II kategori silver LIGA ANAK NUSANTARA yang di selenggarakan di Bantul, Yogyakarta

#### 4. *Physical Evidence* (Tampilan Fisik)

Kondisi fisik adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Situasi dan kondisi Toko Bangunan Sinar Jaya sangat ramai dan memiliki toko yang besar dengan barang yang tersusun teratur sehingga konsumen ataupun pelanggan leluasa dan lebih mudah untuk memilih barang yang diinginkan.

Ditoko Bangunan Sinar Jaya melengkapi Fasilitas pendukung terhadap konsumen, yaitu adanya Kursi atau tempat tunggu yang dapat digunakan oleh konsumen ketika sedang antre.

Bapak Adi selaku karyawan dalam hasil wawancara mengatakan:

*"ada tempat duduk mbak kalo misal lagi ngantri itu bisa duduk dulu gantian sama pembeli lain"<sup>18</sup>*

Dalam penataan produk produk toko Bangunan Sinar Jaya menata produk sesuai dengan jenis jenisnya sehingga memudahkan ketika akan mencari produk atau barang yang diinginkan oleh konsumen, toko Bangunan Sinar Jaya juga menyediakan armada transportasi untuk mengirimkan barang kepada pelanggan atau *delivery order* berupa truk yang dapat memuat barang<sup>2</sup> yang sudah dipesan dan dibeli pelanggan. Barang yang dapat diantarkan seperti semen, keramik, toren air, asbes, besi, batu dan juga semua barang dalam jumlah besar

Toko Bangunan Sinar Jaya juga menyediakan fasilitas pembayaran secara tunai maupun secara transfer sehingga memudahkan pelanggan untuk proses transaksi pembayaran setelah pembelian barang, jadi ketika pelanggan tidak ingin membayar secara tunai maka pelanggan dapat membayar secara non tunai yakni transfer bank rekening BRI kepada pihak toko Bangunan Sinar Jaya.

Bapak Thomas selaku pemilik dalam hasil wawancara mengatakan bahwa:

*"pembayaran bisa lewat transfer bank mba pokoknya gampang kalo ndak bisa bayar langsung ya transfer monggo"<sup>19</sup>*

Tidak jauh berbeda dengan toko bangunan sinar jaya, Toko

---

<sup>18</sup> Hasil wawancara dengan bapak Adi selaku karyawan toko Bangunan Sinar Jaya pada tanggal 21 Mei 2023 .

<sup>19</sup> Hasil wawancara dengan bapak thomas pemilik toko Bangunan Sinar Jaya pada tanggal 21 Mei 2023.

Bangunan Bintang Tani juga menyediakan sarana fisik untuk menunjang penjualan yaitu dengan menyediakan adanya rak-rak untuk memperjual belikan barang, kemudian adanya komputer untuk me input output barang, adanya kipas angin untuk memberikan udara yang dingin dan tidak panas pada saat berada di dalam toko, kemudian menyediakan lampu yang terang dialam toko sehingga mempermudah pembeli utnuk melakukan pencarian barang yang dibutuhkan, tersedianya mobil pick up dan motor untuk menunjang penjualan, selanjutnya tersedianya kulkas untuk mendinginkan minuman, dan tempat untuk meinput barang, serta tempat kasir dan adanya televisi. Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk fasilitas di toko Bangunan Sinar Jaya dan Toko Bangunan Bintang Tani memiliki beberapa fasilitas untuk memudahkan para pelanggan yang hendak berbelanja menjadi lebih mudah dan efisien.

Dalam Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh, tetapi juga dalam menimbulkan itikad baik dalam transaksi bisnis. Hasil beberapa pengamatan yang dilakukan menjelaskan bahwa hubungan buruk yang timbul dalam bisnis dikarenakan kedua belah pihak yang tidak dapat menentukan kejelasan secara tertulis syarat bisnis mereka. Untuk membina hubungan baik dalam berbisnis.

*“yang demikian itu lebih adil di sisi Alloh, dan lebih menguatkan persaksian, dan lebih dapat mencegah timbulnya keragu-raguan.” (Al Baqoroh: 282-283)<sup>20</sup>*

---

<sup>20</sup> QS: Al-Baqarah, (282-283)

Disamping itu, ada beberapa hal yang terkait dengan perdagangan syariah, yaitu:

1. Penjual berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa telah berbelanja sesuai syariah Islam, dimana konsumen tidak membeli barang sesuai keinginan tetapi menurut kebutuhan.
2. Penjual menjalankan bisnisnya secara jujur yakni kualitas barang yang dijual sesuai dengan harganya, dan pembeli tidak dirangsang untuk membeli barang sebanyak-banyaknya.
3. Hal yang paling baik bukan masalah harga yang diatur sesuai mekanisme pasar, namun status kehalalan barang yang dijual adalah lebih utama.<sup>21</sup>

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan perdagangan ataupun bisnis penjualan untuk selalu bersikap jujur dan transparan terhadap produk yang dijual dan tidak melebihkan serta mengurangi timbangan dengan hal ini konsumen akan merasa aman dan percaya ketika berbelanja produk.

Kepuasan konsumen adalah sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima faktor yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi konsumen dan faktor pribadi konsumen. Ketika kepuasan konsumen terpenuhi maka

---

<sup>21</sup> Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995)

akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk loyal terhadap barang ataupun jasa yang dipilihnya. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dalam mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian ulang, ketika konsumen merasa puas terhadap apa yang telah dibelinya maka konsumen tidak akan ragu untuk menjadi pelanggan yang setia.

Proses pelayanan yang dilakukan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya yaitu senyum ketika konsumen datang, sapa dengan menanyakan keperluan yang akan dibeli dan tidak boleh mengeluh dengan permintaan konsumen ketika konsumen bergonta ganti pilihan. setelah melakukan transaksi di toko karena pembeli yang diperlakukan sopan dan ramah mereka akan merasa senang dan menjadi pelanggan, mendengarkan keluhan mereka mendapatkan kritikan dan saran dari para pelanggan tanpa merasa tersinggung pada apa yang dikatakan mereka. Setiap pembeli yang datang di toko menanyakan barang, karyawan di toko langsung melayani dengan baik.

Berdasarkan wawancara dengan bapak sutris salah satu konsumen di TB sinar jaya beliau mengetahui Toko Bangunan Sinar Jaya atas perbandingan kualitas bahan bangunan yang beliau lakukan dengan toko bangunan yang lain. Beliau mengatakan karena lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya yang tidak jauh dari tempat tinggalnya menjadi alasan kenapa beliau memilih Toko Bangunan Sinar Jaya, tidak hanya dekat tetapi juga karena harga yang lebih miring selisih seribu dua ribu dari toko bangunan yang lain nya. Selain itu beliau berbelanja ketika tidak hanya sedang ada pembangunan rumah saja tetapi ketika ada yang dibutuhkan seperti

contohnya membeli paku untuk keperluan membuat kandang ayam. Untuk pelayanan yang diberikan Toko Bangunan Sinar Jaya, beliau mengatakan sudah cukup baik dan ketika beliau berbelanja dalam jumlah besar Toko Bangunan Sinar Jaya menyediakan mobil truk untuk siap antar".<sup>22</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nanik konsumen yang sering berbelanja di toko Bangunan Sinar Jaya alasan berbelanja di toko sinar jaya karena barangnya langkap serta pelayanannya ramah, Harga yang murah dan kualitas yang bagus, ibu Nanik memilih berbelanja di Toko Bangunan Sinar Jaya. Selain itu berbelanja di Toko Bangunan Sinar Jaya tidak hanya dalam hal membangun ataupun merenovasi rumahnya tetapi untuk keperluan sehari-harinya contohnya seperti membeli selang dan membeli kran air apabila terjadi kerusakan. Untuk pelayanan di Toko Bangunan Sinar Jaya, ibu nanik mengatakan sudah cukup baik karyawan mau mendengarkan, melayani dengan senyum, mudah bergaul dan pembayaran yang cepat dikasir. Selain itu, ketika berbelanja dalam jumlah yang banyak ibu nanik sering mendapatkan promosi berupa pemotongan harga. Penempatan lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya di area pasar juga memudahkan ibu Nanik untuk berbelanja keperluan lainnya sehingga dapat menghemat waktu dan tidak jauh untuk berbelanja keperluan lainnya.

Harga yang bervariasi sesuai dengan kualitas barang menjadi pilihan beliau. Kualitas yang baik dan awet menjadi pilihan, ibu nanik mengatakan pernah komplain terhadap barang yang telah dibelinya di

---

<sup>22</sup> Hasil wawancara dengan bapak Sutris konsumen toko Bangunan Sinar Jaya pada tanggal 22 Mei pukul 16.00 WIB.

Toko Bangunan Sinar Jaya, namun pihak toko Bangunan Sinar Jaya langsung sigap dalam menanganinya.<sup>23</sup>

**Tabel 4.2**  
**Data Omzet Penjualan toko Bangunan Sinar Jaya 2020-2023<sup>24</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Presentase Kenaikan</b>
2020	Rp. 864.000.0000	66, 6%
2021	Rp. 1.440.000.000	
2022	Rp. 2.160.000.000	46, 25%
2023	Rp. 3.120.000.000	54, 76%
<b>Total</b>	Rp. 7.440.000.000	

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari toko Bangunan Sinar Jaya selama 4 tahun terakhir volume penjualan toko Bangunan Sinar Jaya mengalami peningkatan, selisih antara tahun 2020 dengan tahun 2021 senilai Rp 576.000.000,- dengan presentasi hingga kenaikan yang lebih tinggi pada tahun 20123 senilai Rp 1.104.000.000,- dengan presentase Data tersebut membuktikan bahwa penjualan pada toko Bangunan Sinar Jaya telah naik, hal itu terjadi akibat promosi penjualan yang pemberian harga miring dan potongan harga disetiap penjualan yang dijalankan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya.

---

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan ibu Nanik konsumen toko Bangunan Sinar Jaya pada tanggal 22 Mei pukul 17.00 WIB.

<sup>24</sup> Dokumentasi data penjualan toko Bangunan Sinar Jaya

**Tabel 4.2**  
**Data Omzet Penjualan toko Bangunan Bintang Tani 2020-2023<sup>25</sup>**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>	<b>Presentase Kenaikan</b>
2020	Rp. 1.200.000.000	19%
2021	Rp. 972.000.000	
2022	Rp. 1.118.000.000	15%
2023	Rp. 2.030.000.000	80%
<b>Total</b>	Rp. 5.320.000.000	

Sumber: dokumen toko bangunan Bintang Tani

Dari Tabel diatas dilihat dari tingkat perbandingan data hasil penjualan Toko Bangunan Bintang Tani dari tahun 2020 ke 2021 tidak stabil dan mengalami penurunan hasil penjualan dari total omzet Rp. 1.200.000.000;- turun menjadi Rp. 972.000.000,- namun pada tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami selisih kenaikan sebesar Rp 146.000.000;- dan pada tahun 2022 ke tahun 2023 mengalami kenaikan lagi sebesar Rp.912.000.000;- dengan presentase Data tersebut membuktikan bahwa penjualan pada toko Bangunan Bintang Tani telah naik, hal itu terjadi akibat promosi penjualan yang telah dilakukan Toko Bangunan Bintang Tani yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik serta promosi pemberian voucher serta turut serta menjadi sponsor.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asniar 2020, bahwa untuk meningkatkan penjualan melalui promosi seperti pemberian diskon, reward, promosi lewat media sosial dan juga

---

<sup>25</sup> Dokumentasi data penjualan toko Bangunan Sinar Jaya

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan.

Dari hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Asniar yang berjudul Strategi pemasaran dalam menarik minat pembeli pada toko harapan Bangunan di Padang Sappa Kecamatan Luwu<sup>26</sup> yang mana dalam penelitiannya sejurus dengan apa yang peneliti teliti yakni menerapkan strategi pemasaran meningkatkan penjualan melalui promosi seperti pemberian diskon, reward, promosi lewat media sosial dan juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan serta menaikkan omzet penjualan, sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 4.2

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat diketahui, Strategi pemasaran yang di terapkan dalam meningkatkan penjualan di Toko Bangunan Sinar Jaya adalah:

*Pertama*, pelayanan yang dilakukan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya yaitu senyum ketika bertemu konsumen, sapa untuk menawarkan barang dan tidak mengeluh dengan permintaan konsumen ketika meminta untuk mengambil barang dan mengantarkan bahan bangunan ke lokasi konsumen akan membuat konsumen merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, tak lupa selalu mengucapkan terimakasih kepada konsumen yang sedang berbelanja.

---

<sup>26</sup> Asniar. "Strategi Pemasaran Dalam Menarik minat pembeli pada toko harapan Bangunan di Padang Sappa Kecamatan Luwu ". Skripsi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Palopo 2020.

*Kedua*, Penempatan lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya di area pasar merupakan tempat strategis dalam menarik minat konsumen untuk berbelanja di Toko Bangunan Sinar Jaya. Oleh karena itu Penempatan lokasi area pasar akan memudahkan konsumen dalam mencari tahu lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya. Selain itu, memudahkan konsumen dalam menemukan TB sinar jaya karena berpatokan dengan pasar

*Ketiga*, promosi yang diterapkan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya berupa promosi melalui media sosial *facebook* dan *whatsapp* selain itu Toko Bangunan Sinar Jaya melakukan promosi melalui word of mouth atau mulut kemulut Toko Bangunan Sinar Jaya juga memberi potongan harga atau diskon sekecil-kecilnya 1% dari harga pada produk tertentu atau yang sedang promo

*Keempat*, penerapan teknologi pencampuran cat dengan hasil yang bisa dilihat menggunakan komputer oleh Toko Bangunan Sinar Jaya memudahkan konsumen jika ingin mencampurkan warna ketika akan membeli cat.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para informan membuktikan bahwa toko Bangunan Sinar Jaya paling efektif dalam meningkatkan penjualan yakni menerapkan promosi penjualan dengan memberikan harga rendah serta sering memberikan potongan harga kepada para pelanggan dengan pembelian pada jumlah tertentu, hadiah tersebut merupakan *reward* yang diberikan Toko Bangunan Sinar Jaya untuk memotivasi para pelanggan untuk terus melakukan pembelian.

Melalui penerapan tersebut maka berakibat positif bagi kedua belah pihak yakni antara Toko Bangunan Sinar Jaya dan para konsumen, semakin bertambahnya jumlah pembelian yang dilakukan oleh konsumen sehingga volume penjualan Toko Bangunan Sinar Jaya mengalami peningkatan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya dalam meningkatkan penjualan adalah

1. Dalam penerapan strategi pemasaran di Toko Bangunan Sinar Jaya saat ini telah menerapkan empat komponen dalam Bauran strategi pemasaran yaitu *price, place, Promotion dan physical evidence*, namun penerapan strategi pemasaran Toko Bangunan Sinar Jaya saat ini paling optimal pada komponen promosi sehingga dari promosi mampu meningkatkan penjualan.
2. Penerapan cara promosi sangat berperan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Bangunan Sinar Jaya, Dalam penerapan promosi Toko Bangunan Sinar Jaya saat ini telah menerapkan lima cara dalam teori promosi yaitu penjualan pribadi (*personal selling*) yaitu dengan cara melayani dan menawarkan produk dan barang kepada konsumen secara langsung agar konsumen tertarik membeli produk. periklanan (*advertising*), yaitu melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp. publikasi (*publicity*) yaitu dengan cara mengunggah foto produk atau barang ke facebook dan whatsapp guna mendapatkan perhatian konsumen. promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu memberi potongan harga (*discount*) pada produk bahan bangunan tertentu dengan pembelanjaan minimal Rp

500.000,-. Memberikan hadiah kepada konsumen pada hari-hari besar seperti bulan Ramadhan, Lebaran, Natal dan Tahun Baru pemberian hadiah

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka peneliti ingin memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Toko Bangunan Sinar Jaya sebaiknya tetap meningkatkan dalam melaksanakan berbagai aktivitas elemen bauran pemasaran yang sudah dibentuk dan diterapkan sebelumnya agar kedepannya tetap efektif dan efisien dalam meningkatkan omzet penjualan.
2. Promosi menggunakan media digital belum maksimal, karena hanya menggunakan media digital seperti Facebook dan Whatsapp sehingga fokus pemasarannya kurang maksimal, diharapkan Toko Bangunan Sinar Jaya mampu melakukan promosi melalui market place seperti Tokopedia dan Shopee. Serta masih terbatasnya pengetahuan mengenai kreativitas dan inovasi desain iklan pemasaran melalui media digital menjadi salah satu pengaruh dalam menjalankan pemasaran sehingga terkadang foto produk terkesan kurang menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ayu. "Analisis Faktor Kualitas Produk Dan Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Genteng UD Super Blitar". *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*. Penataran. Vol. 1 No. 1, 2016.
- Alfiyandi dan La Ode Syarfah. "Analisis Bauran Promosi. Promotion Mix Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Da Ichi Life Cabang Pekanbaru." *Jurnal Universitas Islam Riau*. Vol 1. No 1, 2016.
- Anoraga, Panji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Asniar. "Strategi Pemasaran Dalam Menarik minat pembeli pada toko harapan Bangunan di Padang Sappa Kecamatan Luwu ". Skripsi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Palopo 2020.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran..* Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Cet. 5. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Fatihudin, Didin & Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa. Strategi. Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Hartono. "Pengembangan Industri Bahan Bangunan yang Ramah Lingkungan." *Jurnal Kementerian Perindustrian*. Vol 1. No. 1, 2013.
- Hayani, Nurahmi. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*. Pekanbaru: Suska Press, 2012.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2010
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta Pusat: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan* . Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh.. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2013.

- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Lauren, Christoper H dan K Wright Lovelock. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Gramedia Group, 2012.
- Makmur, Saprijal. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan". *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. Volume 3. Nomor 1, 2018.
- Mannan, Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009.
- Musfar, Tengku Firli. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Philip, Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12.. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Priansa, Donni Juni dan Buchari Alma. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Rijal, Sulham, dkk. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Perusahaan Dedaku Food and Drink Kab. Bulukumba." *Nobel Management Review*. Vol 3. No. 4, 2022. .
- Saladin, Djaslim. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran..* Bandung: CV Linda Karya, 1999
- Sedarmayanti. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju, 2012.
- Sumarni, Murti. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Sunyoto, Danang. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Buku Seru, 2013.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE, 2011.

Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Liberty, 2007.

Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2014.

Tjahjaningsih, E. dan E Soliha. *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Stikubank Semarang, 2015

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Andi, 2008.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**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; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1348/In.28.1/J/TL.00/05/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Agus Trioni Nawa (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **MONALISA MAUKY**  
NPM : 1903012030  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT

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, 09 Mei 2023  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG  
BAWANG BARAT**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMA PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

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

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Pemasaran
  - 1. Pengertian Pemasaran
  - 2. Tujuan pemasaran
- B. Strategi pemasaran
  - 1. Pengertian Strategi Pemasaran

2. Strategi pemasaran
3. Bauran pemasaran

C. Penjualan

1. Pengertian Penjualan
2. Tujuan penjualan
3. Jenis-jenis penjualan

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis dan sifat penelitian

1. Jenis penelitian
2. Sifat penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

C. Teknik pengumpulan Data

1. Wawancara
2. Dokumen

D. Teknik Analisis Data

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Material Di Toko  
Bangunan Sinar Jaya Tulang Bawang Barat

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion
5. Process
6. People
7. Physical evidence

B. Pembahasan

**BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Pembimbing



Agus Trioni Nawa, M.Pd  
NIDN 2012089001

Metro, Mei 2023

Peneliti



Moḡalisa Mauky  
NPM 1903012030

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT

#### A. Wawancara

##### 1. Pertanyaan mengenai Product (produk)

- a. Barang dan Produk bangunan apa saja yang tersedia di Toko Bangunan Sinar jaya? Kenapa?
- b. Bahan bangunan dan produk apa yang sering dibeli konsumen di toko bangunan sinar jaya?
- c. Bagaimana kualitas barang yang dijual di toko bangunan sinar jaya?
- d. Kualitas barang atau produk seperti apa yang menjadi keputusan pembelian para konsumen di toko bangunan sinar jaya?
- e. Bagaimana cara Toko Bangunan Sinar Jaya melakukan penjualan produk?
- f. Dalam menambah *stock* barang apakah toko bangunan sinar jaya mengambil melalui sales atau melalui distributor langsung?

##### 2. Pertanyaan mengenai Price (harga)

- a. Bagaimana Toko Bangunan Sinar Jaya dalam menentukan harga?
- b. Bagaimana Toko Bangunan Sinar Jaya dalam memberikan harga diskon kepada para pelanggan?
- c. Apakah di toko bangunan sinar jaya menerima pembayaran secara *cashbon*?
- d. Apakah di setiap produk bahan bangunan diberikan label harga atau daftar harga?
- e. Apakah harga menjadi pertimbangan dalam meningkatkan penjualan?

##### 3. Pertanyaan mengenai Place (tempat/lokasi)

- a. Bagaimana penentuan lokasi Toko Bangunan Sinar jaya?
  - b. Apakah lokasi Toko Bangunan Sinar Jaya mudah dijangkau oleh pelanggan?
  - c. Apakah terdapat banyak pesaing usaha Toko Bangunan Sinar Jaya di lokasinya saat ini?
  - d. Apakah lokasi supplier atau distributor bahan material jauh dengan Toko Bangunan Sinar Jaya?
-

- e. Apakah ada minimal pembelian bahan material untuk konsumen terhadap barang untuk diambil sendiri atau diantar kelokasi konsumen?
- f. Apakah ada batasan jarak lokasi untuk setiap pengantaran barang kepada konsumen?
- g. Apakah pengiriman barang ke lokasi konsumen dilakukan secara tepat waktu?

**4. Pertanyaan mengenai Promotion (promosi)**

- a. Apa saja usaha promosi yang dilakukan oleh toko bangunan sinar jaya?
- b. Bagaimana strategi yang anda lakukan dalam meningkatkan penjualan di toko bangunan Sinar jaya?
- c. Apakah dalam melakukan promosi toko bangunan sinar jaya menggunakan *banner* atau *pamlet*?
- d. Apakah dalam melakukan promosi toko bangunan sinar jaya menggunakan promosi melalui *word of mouth*?
- e. Apakah promosi yang dilakukan toko bangunan sinar jaya cukup efektif untuk meningkatkan penjualan?

**5. Pertanyaan mengenai Process (proses)**

- a. Bagaimana proses alur pemesanan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen saat membeli material bangunan ?
- b. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan barang kepada konsumen?
- c. Apa upaya yang dilakukan dalam pelayanan agar konsumen yang berbelanja menjadi puas?
- d. Bagaimana Toko bangunan sinar jaya dalam menghadapi komplain dari konsumen?
- e. Siapa yang bertanggung jawab terhadap komplain dari konsumen?

**6. Pertanyaan mengenai people (orang)**

- a. Bagaimana struktur kepengurusan dan fungsi dari setiap pembagian kerja di toko bangunan sinar jaya?
- b. Berapa jumlah karyawan yang dimiliki oleh Toko Bangunan Sinar Jaya?
- c. Apakah pembagian tugas kerja kepada karyawan di Toko Bangunan Sinar Jaya sudah efektif dan sesuai kemampuannya?

- d. Bagaimana cara manajemen Toko Bangunan Sinar Jaya mengorganisir karyawannya?
- e. Bagaimana sistem pengaturan jadwal kerja yang dilakukan oleh Toko Bangunan Sinar Jaya?

**7. Pertanyaan mengenai Physical Evidence (Tampilan fisik)**

- a. Apakah fasilitas yang diberikan oleh toko bangunan sinar jaya kepada para pelanggan ?
- b. Apakah Toko sinar jaya menyediakan fasilitas tempat tunggu atau kursi untuk pelanggan yang akan berbelanja atau yang sedang mengantre ?
- c. Bagaimana penataan produk bahan bangunan yang dilakukan oleh toko Sinar Jaya?
- d. Apa saja alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang kepada konsumen?
- e. Bagaimana fasilitas pembayaran yang disediakan di Toko Bangunan sinar jaya?

**B. Dokumentasi**

- 1. Rekapitulasi data penjualan
- 2. Nota penjualan
- 3. Gambaran TB sinar jaya

Pembimbing



Agus Trioni Nawa  
NIDN 2012089001

Metro, 19 Mei 2023

Peneliti



Monalisa Mauky  
NPM 1903012030



**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-1533/In.28/D.1/TL.00/05/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PEMILIK TOKO BANGUNAN SINAR  
JAYA  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1534/In.28/D.1/TL.01/05/2023,  
tanggal 22 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **MONALISA MAUKY**  
NPM : 1903012030  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO BANGUNAN SINAR JAYA, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 22 Mei 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**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; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

## **SURAT TUGAS**

Nomor: B-1534/In.28/D.1/TL.01/05/2023

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

Nama : **MONALISA MAUKY**  
NPM : 1903012030  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOKO BANGUNAN SINAR JAYA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MATERIAL BANGUNAN DI TOKO BANGUNAN SINAR JAYA TULANG BAWANG BARAT".
  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.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 22 Mei 2023

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Thomas Ed Kus Mawanto

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA**  
**Nomor : P-833/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : MONALISA MAUKY  
NPM : 1903012030  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903012030

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 14 Juni 2023  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.  
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**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 : Monalisa mauky  
NPM : 1903012030  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Material Bangunan di Toko Bangunan Sinar Jaya Tulang Bawang Barat** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 21%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Oktober 2023  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy  
Semester/TA : VIII/2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<i>Ada 1000 buku</i>	

Dosen Pembimbing,

Agus Trioninawa

NIDN. 2012089001

Mahasiswa ybs,

Monalisa Mauky

NPM1903012030



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy  
Semester/TA : VIII/2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	5/8 2023	Hasil reamakan dg APD	
	8/23 /6	Baca kembali <del>permanen</del> hasilnya hundi kalimat yang membimbing penulisan	
		Bawa Bab Pembahasan Dan Bab 5.	
	10/6 2023	<del>Pembahasan</del> Hasil perlu adanya evidence. Hasil masih belum sigit. Bawa transkrip wawancara	

Dosen Pembimbing,

Agus Trionihawa

NIDN. 2012089001

Mahasiswa ybs,

Monalisa Mauky

NPM1903012030



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy  
Semester/TA : VIII/2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	15/ 2023 6	Perhatikan kesalahan penulisan (teknis) - Footnote tidak pada tempatnya. - Pembahasan tambahkan <u>Sintesis</u>	
	22/ 2023 6	Samad A.	
	27/ 2023 7	Kesimpulan merupakan pertanyaan penelitian positif & negatif. Saran <	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa ybs,

Agus Trioninawa  
NIDN. 2012089001

Monalisa Mauky  
NPM1903012030



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Monalisa Mauky  
NPM : 1903012030

Fakultas/Jurusan : FEBI/Esy  
Semester/TA : VIII/2023

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	31/7/2023	Acc skripsi silahkan Munagohar. Ags.	

Dosen Pembimbing,

Agus Trionihawa  
NIDN. 2012089001

Mahasiswa ybs,

Monalisa Mauky  
NPM1903012030

## DOKUMENTASI HASIL PENELITIAN



**Gambaran Toko Bangunan Sinar Jaya**



**Proses pengambilan data melalui wawancara kepada pemilik TB Sinar Jaya.**



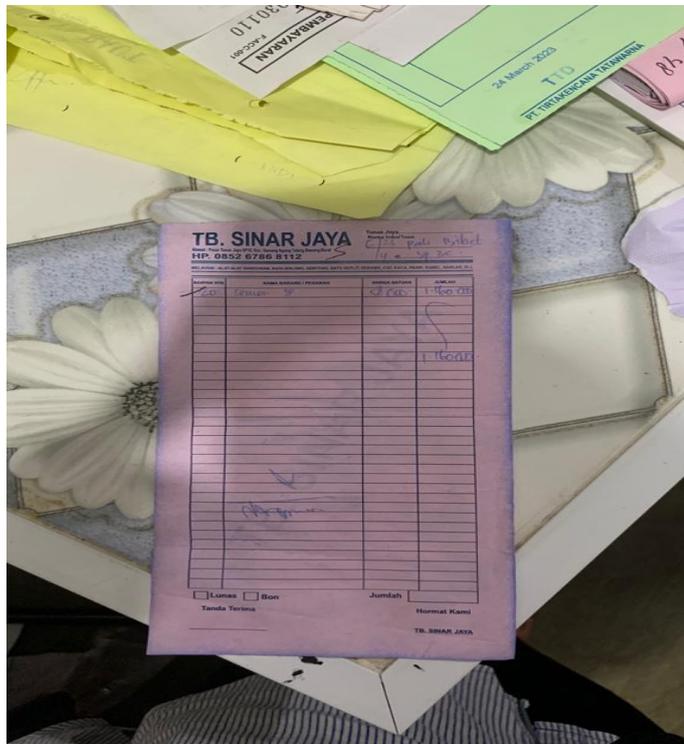
**Situasi Pelanggan yang sedang Berbelanja di Toko Bangunan Sinar Jaya**



**Produk di Toko Bangunan Sinar Jaya Berupa produk Cat, produk elektronik**



Produk yang terdapat di toko Bangunan Sinar Jaya



Kwitansi pembayaran di toko Bangunan Sinar Jaya



### Teknologi yang dapat digunakan untuk mix/mencampur cat yang ada di Toko Bangunan Sinar Jaya

08.22 08.21

Postingan Thomas

Thomas Edik 🤗 merasa bersyukur bersama Eva Sary dan 5 lainnya di Sp Satu C Tunas Jaya. 6 Nov 2021 · Gunungterang · 🌐

Mbah,pakde,om,bulek ,kang ,mbak poro sedulur...🤗🤗🤗  
🤗🤗 Monggo di diorder mumpung Msi anget2....  
#085267868112🙏🙏🙏🤗

Thomas Edik bersama Topan Erick Kurniawan dan 14 lainnya di Jaya Murni Sp7c. 17 Mar 2022 · Umbulan Bujuk · 🌐

Mbak mas om pakde Mbah .....🤗🤗🤗🤗🤗 Monggo merapat yang sekitaran sp 7c ,8c,Mesuji sp2 e....toko sudah dibuka hari ini .....🙏🙏🙏

Suka Komentar Kirim

Disma Nickelodeon dan 107 lainnya

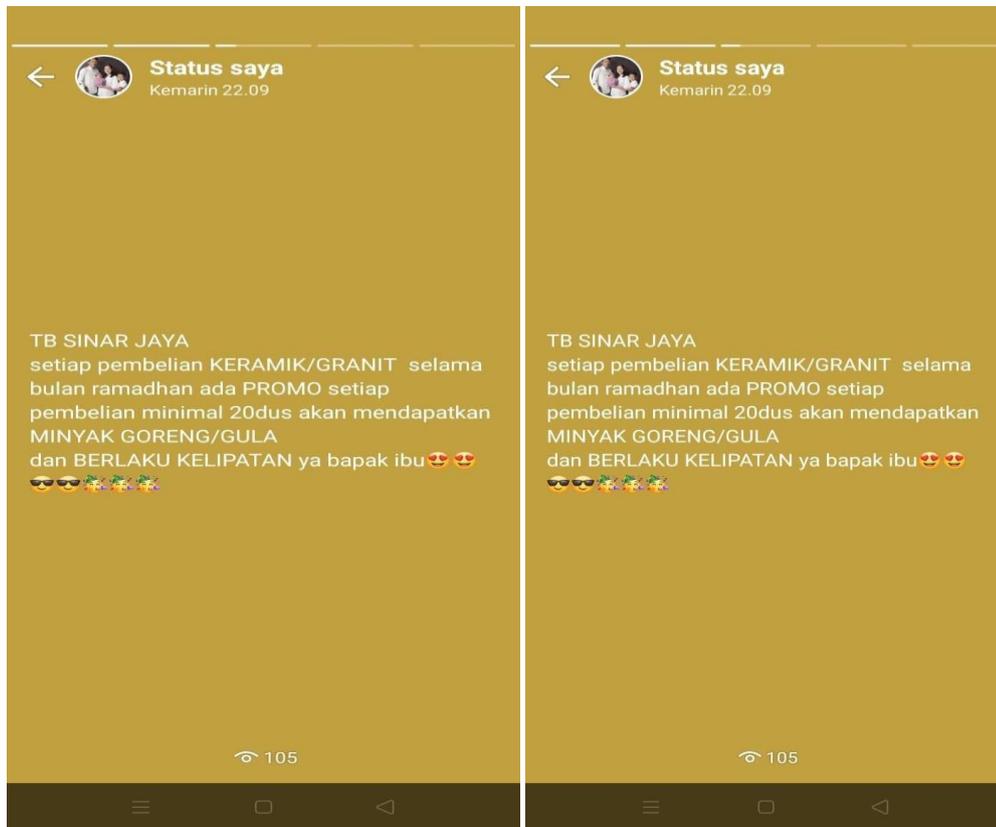
Paling relevan ▾

Lihat komentar sebelumnya...

Tulis komentar...

Beranda Teman Watch Marketplace Notifikasi Menu

### Bentuk promosi yang dilakukan TB sinar Jaya melalui media sosial facebook dan whatsapp



**Bentuk promosi yang dilakukan TB sinar Jaya melalui media sosial facebook dan whatsapp**



**Gambaran toko bangunan bintang tani**



**Gambaran acara yang disponsori oleh toko bangunan Bintang tani**

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Monalisa Mauky dilahirkan di Desa Sukajaya, Kecamatan Gunung Agung, Kabupaten Tulang Bawang Barat, pada 23 Mei 2000. Nama panggilan Mona yang merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Muhroji Santoso dan Ibu Nanik Ekowati. Awal memulai pendidikan kanak-kanak di TK Aisyiyah Butshanul Atfal mesuji dan lulus pada tahun 2006, lalu Peneliti melanjutkan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Sukajaya dan lulus pada tahun 2013, lalu melanjutkan di SMP Negeri 1 Gunung Agung dan lulus pada tahun 2016, dan melanjutkan pendidikan di MAN 1 Metro dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019 Peneliti terdaftar menjadi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melalui jalur Mandiri. Pengalaman organisasi yaitu menjadi anggota DEMA (Dewan Eksekutif Mahasiswa) Bagian SDM (Sumber Daya Mahasiswa) aktif Pada Tahun 2022/2023.