

**ANALISIS SOAR PADA PENERAPAN STRATEGI  
PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
PRODUK**

**(Studi Kasus Toko Rahma Jilbab Kecamatan Mojosari)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Elsa Engga Fafanda**

**20181700229012**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM  
MOJOKERTO**

**2022**

**ANALISIS SOAR PADA PENERAPAN STRATEGI  
PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
PRODUK**

**(Studi Kasus Toko Rahma Jilbab Kecamatan Mojosari)**

Skripsi

Diajukan Kepada:  
Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana  
Ekonomi Syariah



NIY. 2015.01.053

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM  
MOJOKERTO  
2022**

## ABSTRAK

**Fafanda, Elsa Engga, 2022, Analisis SOAR Pada Penerapan Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Toko Rahma Jilbab Mojosari).** Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Pembimbing I. Ubaid Aisyul Hana, S.H.I, M.E. Pembimbing II. Diah Syifaul A'yuni, M.Pd.

---

UMKM (usaha mikro kecil menengah) merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Dengan semakin majunya teknologi dalam era globalisasi ini, para pelaku bisnis berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas barang yang di perjual-belikan termasuk dalam kualitas produksinya maupun manajemen pemasarannya khususnya dalam usaha hijab. Persaingan yang semakin kompetitif telah merambah ke semua sektor usaha, sehingga kompetisi yang ada antara usaha satu dengan usaha yang lain semakin ketat. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pada toko Rahma Jilbab Mojosari dengan menggunakan Teknik analisis SOAR.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, lokasi penelitian ini di toko rahma jilbab Jln. Pahlawan no.777 Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber data dan analisis SOAR.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu ditemukannya strategi pemasaran yang sesuai dengan bauran pemasaran 9P dan hasil dari analisis SOAR yaitu ditemukannya strategi guna meningkatkan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yaitu perluasan jaringan, pemasaran, maksimalnya mekanisme pemasaran, meningkatkan kualitas SDM pegawai, meningkatkan promosi produk jilbab yang ada pada toko rahma jilbab Mojosari.

**Kata Kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SOAR**

## **ABSTRACT**

**Fafanda, Elsa Engga, 2022, *SOAR Analysis on Application of Marketing Strategy in Increasing Product Sales (Case Study of Rahma Jilbab Mojosari Store)*. Thesis of Sharia Economics Study Program, Sharia Faculty, Pesantren KH. Abdul Chalim, Advisor I. Ubaid Aisyul Hana, S.H.I, M.E. Advisor II. Diah Syifaul A'yuni, M.Pd.**

---

---

UMKM (micro, small and medium enterprises) is a potential business for economic development in Indonesia so that in its implementation it is necessary to optimize and explore the existing potentials to increase the economic development of the community. With the advancement of technology in this era of globalization, business people try to always improve the quality of goods traded, including in the quality of their production and marketing management, especially in the hijab business. Increasingly competitive competition has penetrated into all business sectors, so the competition between one business and another is getting tougher. The purpose of this study is to analyze the application of marketing strategies in increasing product sales at the Rahma Jilbab Mojosari store using SOAR analysis techniques.

This type of research is qualitative with a case study approach, the location of this research is at the rahma hijab shop, Jln. Pahlawan no. 777 Mojosari District, Mojokerto Regency. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is triangulation of data sources and SOAR analysis.

The results obtained from this study are the discovery of marketing strategies that are in accordance with the 9P marketing mix and the results of the SOAR analysis, namely the discovery of strategies to improve marketing strategies in increasing product sales, namely network expansion, marketing, maximizing marketing mechanisms, improving the quality of employee human resources, increasing product promotions. hijab in the rahma hijab Mojosari shop.

*Keywords: UMKM, Marketing Strategy, Marketing Mix, SOAR Analysis*

## نبذة مختصرة

فافاندا ، إلسا إنجا ، ألفان وعشرون ، تحليل نقاط القوة ، الفرص ، التطلعات ، النتائج في تطبيق استراتيجيات التسويق لزيادة مبيعات المنتج (دراسة حالة لمحلات رحمة جلباب موجوساري .(برنامج دراسة الاقتصاد الشرعي ، كلية الشريعة ، مدرسة كياي الحاج الإسلامية الداخلية .عبد الكريم ، المستشار أ. عبيد أيسويل هنا ، عالم في الشريعة الإسلامية ، ورائد في الاقتصاد .المستشار الثاني .ضياء سيف العيوني ، ماجستير في التربية

تعد المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة) نشاطاً تجارياً محتملاً للتنمية الاقتصادية في إندونيسيا بحيث يكون من الضروري في تنفيذها تحسين واستكشاف الإمكانيات الحالية لزيادة التنمية الاقتصادية المجتمعية .مع تقدم التكنولوجيا في عصر العولمة هذا ، يحاول رجال الأعمال دائماً تحسين جودة السلع المتداولة ، بما في ذلك جودة إنتاجهم وإدارة التسويق ، لا سيما في مجال الحجاب .لقد تغلغت المنافسة التنافسية المتزايدة في جميع قطاعات الأعمال ، وبالتالي فإن المنافسة بين شركة وأخرى تزداد صعوبة .الغرض من هذه الدراسة هو تحليل تطبيق استراتيجيات التسويق في زيادة مبيعات المنتجات في متجر رحمة جلباب موجوساري باستخدام تقنية تحليل القوة لطموح النتائج.

هذا النوع من البحث نوعي مع منهج دراسة الحالة ، وموقع هذا البحث في متجر رحمة للحجاب ، جلين . رقم البطل سبعمانة وسبعة وسبعون مقاطعة موجوساري موجوكيرتو .تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي المراقبة والمقابلات والتوثيق .تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تثليث مصادر البيانات وتحليل قوة التطلع إلى النتائج

النتائج التي تم الحصول عليها من هذه الدراسة هي اكتشاف استراتيجيات التسويق التي تتوافق مع المزيج التسويقي ونتائج التحليل هي نتائج استراتيجيات تحسين استراتيجيات التسويق في زيادة مبيعات المنتجات ، وهي توسيع الشبكة ، والتسويق ، وتعظيم آليات التسويق ، تحسين جودة الموارد البشرية للموظفين ، وزيادة الترويج لمنتجات الحجاب الموجودة في متجر رحمة الحجاب موجوساري.

الكلمات الرئيسية :المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم ، استراتيجية التسويق ، المزيج التسويقي ، طموح نتائج قوة الفرص