BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini industri di tanah air menghadapi situasi yang sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin pesat. Persaingan saat ini menjadi sangat ketat seiring dengan deras arus perdagangan bebas yang secara otomatis menjadi kompetisi baru datang dari domestik, regional atau global.[1] Industri yang sangat pesat juga disebabkan adanya ide kreatif dan inovatif yang diciptakan oleh para pelaku industri seiring dengan perkembangan ide yang begitu luas.[2]

Industri merupakan sektor yang berpotensi menghasilkan nilai tambah pada pelaku industri. Nilai tambah dapat diperoleh dari banyak faktor bisa dari variasi produk yang beraneka ragam dan bervariasi serta memberikan kualitas yang baik akan memacu pertumbuhan ekonomi daerah. Bukan hanya itu saja adanya industri akan membuka kesempatan pekerjaan dan adanya industri juga akan menopang ekonomi masyrakat sekitar. Sektor industri mempunyai hubungan dengan perkembangan perekonomian suatu daerah karena semakin berkembangnya industri salah satu pemicu menuju kestabilan perekonomian

---

[1] Dimas Hendika Wibowo, et. al, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM, *(Studi pada Batik Diajeng Solo), Jurnal Administrasi Bisnis.* Vol. 29. No.1. 2015. hal. 60

[2] Dita Putri Anggraeni, et. al, pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB).* Vol. 37. No.1. Agustus 2016. hal. 172

suatu daerah. Salah satu fakta yang muncul dalam perindustrian adalah globalisasi. [3]

Landasan hukum yang berkait dengan industri sudah di atur oleh UU Nomor 3 Tahun 2014 pasal 1 tentang perindustrian. Undang-Undang tersebut menjelaskan pada pasal 2 perindustrian dapat diselenggarakan berdasarkan asas-asas kepentinga nasional, kepastian berusaha, demokrasi ekonomi, pemerataan persebaran, persaingan usaha yang baik dan sehat serta keterkaitan dengan industri. Pada Undang-Undang pasal 3 Perindustrian diselenggarakan bertujuan dapat mewujudkan industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional dan mewujudkan kedalaman serta kekuatan struktur industri, terwujudnya industri yang mandiri, berdaya saing yang baik dan terus berkembang, dan sebagai industri hijau.[4]

Pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2014, berisi tentang perindustrian Pasal 1 menjelaskan industri merupakan suatu bentuk atau usaha dari penggabungan atau mengolah bahan baku mentah menjadi suatu barang yang terpakai dan memberikan banyak manfaat sehingga mempunyaui nilai tambah lebih, termasuk jasa industri sebagai dari sistem pencarian atau perekonomian.

Di kabupaten Jombang sendiri juga banyaknya pelaku industri, beberapa pelaku industri yang ada di kabupaten Jombang:

---

[3] Saka Saputra, Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Bolu*(Dengan Menggunakan Struktire Conduct Performance), JOM Fekom*. Vol.4. No.1. 2017. hal. 559

[4] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014, Tentang Perindustrian, hal. 3-5

Tabel 1.1

Data Industri di Kabupaten Jombang

No	Industri	Produk	Alamat
1	Industri Rumahan	Figura Foto	Dusun Kalijaring RT 05 RW 02, Desa Kalikejambon, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang.
2	Rizal Kaligrafi dan Figura	Figura Foto	Dusun Banggle RT 07 RW 06, Desa Dapur Kejambon, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang.
3	Industri Rumahan	Figura Foto	Dusun Banggle RT 04 RW 07, Desa Dapur Kejambon, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang.
4	Alfan Handy Craft	Figura Foto	Jl. Seruni 08/01 Desa Kalikejamnon, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61452
5	Galery Pigora Arief Frame	Figura Foto	Jln. Ploso Genuk, RT 01 RW 03, Plosogenuk, Kecamatan Perak, Kabupaten Jombang
6	Dilii'is Figura	Figura Foto	Ruko Pasar Citra Niaga, Jl. A. Yani, Jombang, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang.
7	Piora Sulthon Relief Kaligrafi	Figura Foto	Jl. Raya Gedek-Ploso No.409, Kebonan, Menturus, Kudu, Kabupaten Jombang
8	Industri Rumahan	Figura Foto	Dusun Banggle RT 06 RW 06, Desa Dapur Kejambon, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang.

Dari paparan data industri kerajinan figura foto yang ada di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang ada beberapa

pesaing yang sama-sama industri figura foto, mulai dari yang rumahan hingga industri. Persaingan selalu ada disetiap industri dibidang apa saja tidak terkecuali industri kerajinan figura foto ini.

Bisnis dikehidupan sehari-hari merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mencukupi kebutuhan hidup. Bisnis sebagai kegiatan yang mengalokasikan sumber-sumber daya yang dimiliki. Suatu kegiatan produksi yang menghasilkan barang dan jasa yang dapat di pasarkan kepada konsumen agar memperoleh keuntungan.Dalam menjalankan usaha pasti mengalami berbagai macam persaingan dari pesaing lainnya. Menurut Porter, persaingan adalah inti dari keberhasilan. Agar memenangkan setiap persaingan dari para pesaing, perusahaan memiliki strategi bersaing. Dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara produsen dan konsumen. Persaingan bisnis merupakan rivalitas yang terjadi diantara pelaku bisnis untuk memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang mempunyai kualitas baik dengan harga yang baik pula. [5]

Keunggulan bersaing adalah dimana posisi suatu perusahaan menguasai sebuah ajang persaingan bisnis. Keuntungan bisnis yang berkelanjutan adalah keunggulan yang tidak mudah ditiru, membuat sebuah perusahaan dapat merebut dan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar. Karena dari sifat yang tidak mudah di tiru keunggulan bersaing yang dapat menunjang kesuksesan jangka waktu yang lama.

---

[5] Dina Marista, Skripsi: *Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam,* (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 36

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi maka semakin bertambah pula kompetisi diantara perusahaan lainnya. Sehingga perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan kemampuannya bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan merupakan perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan bisnis yang terjadi pada dunia bisnis. [6]

Adapun persaingan menurut syariat islam bahwa persaingan tersebut harus dilakukan secara sehat, adil dan jujur sehingga menjaga silaturahmi yang baik dan mempererat tali persaudaraan. Seperti halnya yang di jelaskan dalam QS. Al Baqarah ayat 188 sebagai berikut :

وَلَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى

الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya :

"Dan janganlah sebagaimana kamu memakan harta sebagaian yang lain batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu memakan sebagaimana daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahuinya".[7]

Suasana persaingan industri kerajinan figura foto yang ada di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang sangatlah bervariasi mulai dari industri kecil dan besar. Kerajinan figura foto yang hasilnya menjanjikan terhadap pelaku industri. Hal tersebut membuat banyak

---

[6] Eka Nur Janah, Skripsi : *Analisis Strategi Promosi Dalam Persaingan Usaha Pada Pengrajin Batik Kecamatan Muara Sabak Timur,* (Jambi : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019), hal. 49

[7] Kementrian Agama Republik Indonesia *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid* (Jawa Barat : Sygma Creative Media Crop, 2014), hal. 29

orang tertarik untuk membuat produk yang sama karena hasilnya yang menjanjikan dan proses pembuatannya yang mudah dipelajari oleh semua orang. Maka dari itu industri kerajinan figura foto yang ada di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang mempunyai berbagai pesaing. Pesaing tersebut berasal dari industri kecil dan industri besar yang ada di dalam daerah maupun di luar daerah. Sebagai berikut hasil wawancara dengan pemilik industri kerajinan figura foto.

Pada dasarnya kegiatan pemasaran pada suatu industri yang menghasilkan suatu barang dan jasa perlu akan kegiatan pemasaran. Karena pemasaran menjadi salah satu pokok yang harus dilakukan oleh setiap industri untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Setiap pelaku industri yang menghasilkan barang atau jasa harus memahami kemajuan dan keterbaruan yang terjadi di pasar serta apa dampak yang terjadi pada industri. Membuat produk yang bisa dibedakan dengan industri lain merupakan salah satu dari keunggulan produk. Kegiatan pemasaran pada industri memiliki berbagai tujuan yang harus dicapai, baik tujuan berjangka pendek maupun jangka panjang. Jangka pendek hanya dilakukan untuk merebut hati konsumen pada produk yang diluncurkan oleh pelaku industri. Sedangkan jangka panjang dilakukan guna mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap eksis di pasaran. [8]

Banyaknya pesaing industri yang ada di Kabupaten Jombang setiap pelaku industri harus mempunyai strategi pemasaran yang bertujuan untuk

[8] Moh Rusdi, Startegi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah jaya, *Jurnal Studi Manajeman dan Bisnis*. Vol. 6. No. 2. 2019. hal. 49-50.

memberikan jangka panjang pada industri tersebut. Industri dengan jangka panjang harus memahami tentang strategi pemasaran agar industri tersebut terus berkembang dengan pesat dan bisa bersaing dengan sehat. Strategi pemasaran bisa terdiri dari pengembangan strategi yang sudah ada di kembangkan menjadi strategi yang lebih baik, pengembangan visi dan misi dalam meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap ketertarikan pada produk yang di produksi oleh industri dan strategi pemilihan pasar. Pemilihan target pasar juga sangat penting.[9]

Seiring perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat, serta munculnya produk yang sejenis dengan bahan baku yang berbeda, kondisi ini mendorong banyaknya jumlah produsen industri dan melakukan peluasan usaha yang ada, sehingga tinggi suatu produk yang beredar dipasaran menciptakan persaingan pasar yang sangat ketat.[10] Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah industri dimana strategi pemasaran menjadi cara untuk mencapai suatu tujuan dari sebuah industri, karena sebagai potensi dalam menjual proposisi terbatas kepada sejumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi merupakan serangkaian rancangan besar menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroprasi untuk mencapai tujuannya maka dari itu khususnya dalam menjalankan usaha industri diperlukan adanya pengembangan melalui strategi

---

[9] Andry Kusnadi, et. al"Pengembangan Strategi Pemasaran Baru Pada PT.Simex Pharmaceutical Untuk Meningkatkan *Brand Awarness* Produk Vipro-G. *Jurnal of Business Strategy and Execution*. Vol. 1.No. 1. 2008. hal. 139.

[10] Dewi Diniaty dan Agusrinal, Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: *Home Industri* Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung), *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri.* Vol. 11. No. 2. 2014. hal. 176

pemasaran. Sebagai industri yang memasarkan produk tentu saja produk juga menjadi landasan utama dalam strategi pemasaran.

Produk yang sesuai dengan selera konsumen itu akan menguntungkan bagi pemilik industri. Produk dari industri tersebut akan menjadi pencarian konsumen maka dari itu bisa dikatakan bahwa loyalitas terhadap produk pada industri tersebut. Perilaku dari seorang konsumen adalah kegiatan manusia yang selalu berubah dengan adanya pengaruh lingkungan dan sosial media saat ini dimanapun berada. Akan tetapi perilaku konsumen yang diharapkan oleh induistri adalah konsumen yang terus loyal terhadap industri tersebut. Loyalitas bisa dikatakan dengan konsumen yang terus menerus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas konsumen banyak diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk tersebut, bisa berupa baik jasa ataupun barang tertentu. Diketahui pada saat ini bahwa setiap orang selalu memiliki tingkatan loyalitas yang berbeda setiap orangnya. Hal tersebut tergantung dari selera dan obyektivitas dari masing-masing konsumen. Loyalitas bisa dikatakana sebagai kecenderungan emosional seseorang terhadap suatu produk yang diinginkan. Dalam hal tersebut ada dua acuan yaitu antara suka dan tidak suka terhadap produk tersebut bisa melalui pengalaman produk terdahulu atau juga dari informasi yang beredar. Dalam hal tersebut pelaku industri harus bisa mengunci konsumen bukan hanya *mind*, dan bukan hanya *heart* melainkan dari *sprit* agar terbentuknya loyalitas yang

tahan lama karena adanya sumber keyakinan.[11] Maka dari itu loyalitas yang diartikan sebenarnya adalah suatu ikatan atau bisa dikatakan ketergantungan seseorang terhadap produk dari industri tersebut yang di dalamnya terdapat rasa keinginan untuk menjaga, memiliki, dan setia terhadap produk dari industri tersebut.

Dalam menjaga keloyalitasan konsumen terhadap suatu produk perusahaan harus memperhatikan dari setiap produk yang dibuat dalam hal ini kualitas merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan konsumen tersebut. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan konsumen. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan. Produk yang mempunyai kualitas tinggi akan menjadi incara konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam beberapa waktu tingkat konsumen terhadap produk yang digunakan dalam waktu ke waktu semakin meningkat khususnya pada era pasar global yang menjadikan kualitas produk merupakan hal utama yang diperhatikan pada konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. [12]

---

[11] Hermawan Kartajaya, *Boosting Loyalitas Marketing Performance*, (Bandung: PT. Mizan Pusaka, 2007), Cetakan Pertama

[12] Nurullaili, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware(Studi Pada Konsumen Tupperepware di Universitas Diponegoro), *Jurnal Administrasi Bisnis*. VoL. 2. No. 1, 2013. hal. 91.

Meningkatnya persaingan juga menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan dari apa yang dilakukan oleh para pesaing. Hal ini menjadi dasar pemikiran perusahaan untuk tetap menjaga kesetiaan konsumen dalam segala perubahan yang terjadi, sehingga mereka tidak berpaling pada setiap produk-produk yang lain. Kualitas dalam suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam membangun sebuah perubahan.

Produk yang bekualitas tinggi akan menguntungkan kedua bela pihak antara perusahaan dan konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya akan sebuah produk yang sudah dibelinya dan dipergunakan. Maka dari itu konsumen akan timbul rasa loyal terhadap sebuah produk yang mereka telah beli atau dipergunakan terkadang ada juga konsumen yang merasa tidak loyal hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni.

Faktor yang pertama ialah masalah harga, karena harga merupakan nilai sebuah produk yang harus dibayar oleh konsumen. Sebagai contoh harga yang ditawarkan sebuah merek yang terlalu mahal sementara karakteristik yang ditawarkan sama dengan merek saingannya, masalah seperti ini yang menyebabkan konsumen merasa dirugikan oleh pihak tersebut dan dapat menyebabkan konsumen tersebut berpindah produk atau merek.

Faktor yang kedua ialah ketidak puasan atas sebuah produk atau merk sehingga konsumen merasa kurang cocok atas sebuah produk yang telah dibeli

dan dipergunakan sehingga minat konsumen terhadap sebuah produk tersebut akan berkurang.

Faktor yang ketiga ialah mencoba coba atas beberapa produk yang ditawarkan dalam hal ini konsumen akan berpindah pindah produk dengan produk yang lain sehingga konsumen tidak sepenuhnya setia akan suatu produk. [13]

Faktor keempat ialah kualitas produk dimana kualitas sangatlah diperhitungkan dalam sebuah produk atau merek, dimana kualitas mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya. Apabila sebuaah produk atau merk yang kualitasnya kurang baik maka konsumen enggan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut dan kemungkinan para konsumen memilih untuk beralih pada produk atau merk lainnya.

Dari beberapa faktor diatas kualitas sangatlah penting bagi sebuah produk karena jika kualitas yang diberikan bagus terhadap konsumen maka konsumen akan merasa loyal terhadap produk tersebut.[14] Produk yang dijadikan sebagai obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Industri Kerajinan Figura Foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang. Pertimbangan dari pemilihan produk figura fota ini merupakan salah satu industri yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan industri yang sangat cepat hal ini bisa dilihat dari banyaknya pesanan, bertambahnya karyawan serta banyaknya jenis produk

[13] Zainuddin Tahuman, Analisis Fakti-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajeman*. vol. 4, No. 3. 2016, hal. 446

[14] *Ibid*., hal. 446

yang diproduksi dengan banyaknya karyawan yang bertambah ini sangat membantu bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terkait sebuah produk memang produk yang dihasilkan oleh industri tersebut sangat bagus mulai dari pemilihan bahan seperti bingkai figura, lem, kaca, serta penataan yang sangat rapi maka dari itu produk yang telah dihasilkan sangat menarik. [15]

Pada Industri kerajinan figura foto yang ada di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang pelaku industri kerajinan figura foto yang tetap eksis dimasa sekarang yang selalu memberikan produk terbaru dengan kualitas yang dimiliki membuat industri tersebut terus berkembang. Kerajinan sendiri berartikan suatu karya dalam proses pembuatannya membuat produk menggunakan keterampilan dari tangan manusia. Dari hasil keterampilan tangan ini menghasilkan produk yang sangat cantik dan memiliki nilai jual tinggi karena adanya sentuhan seni yang tinggi dalam produk tersebut. Produk kerajinan sangat mempunyai nilai jual yang tinggi.

Maka dari uraian latar belakang di atas peneliti tertarik mengambil judul. **”Strategi Pemasaran Pada Industri Kerajinan Figura Foto Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang”**

[15] Wawancara dengan Pemilik industri kerajinan figura foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang

B. Rumusan Masalah

Masalah dari penelitian ini perlu identifikasi secara terperinci dan perumusan pertanyaan yang operasional. Perumusan ini bertuajuan untuk mempertegaskan ruang lingkup dari objek yang penulis teliti.

Beberapa hal masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu:

1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Industri kerajinan figura foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang dalam meningkatkan loyalitas konsumen?
2) Bagaimana kendala dan solusi yang dihadapi dalam melaksanakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri kerajinan figura foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Beberapa hal tujuan yang di lakukan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1) Untuk menjelaskan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Industri kerajinan figura foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang dalam meningkatkan loyalitas konsumen.
2) Untuk menjelaskan kendala dan solusi yang dihadapi dalam melaksanakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh industri kerajinan figura foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini di bedakan menjadi dua golongan yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Jika dilihat dari kegunaan teoritis, penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah dari sebagian dasar pemikiran dalam upaya pengembangan secara teoritis ilmu. Khususnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen dari kerajinan figura foto.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pemilik Industri

Diharapkan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam mengambilan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

b. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan tambahan pengetahuan terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen dari industri kerajinan figura foto juga sebagai referensi untuk akademik dan sebagai acuan aktivitas akademik Institut Agama Islam Negri Tulungagung.

c. Bagi Peneliti selanjutnya

Agar dapat menambah wawasan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam pelaksanaan penelitian ini seharusnya peneliti harus mengetahu apa saja bahasan mengenai batasan masalah yang di bahas

dalam penelitian ini. Beberapa hal tersebut bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menemukan aspek solusi dari yang di bahas, mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi sesuai dengan bahasan permasalahan dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Keterbatasan peneliti

Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti mengetahui bahwa masih ada beberapa keterbatasan dalam penulisan ini yaitu: dalam penelitian penulis hanya menggunakan penelitian di industri kerajinan figura foto bertempat di Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang. Tentu kurang maksimal dalam penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

F. Penegasan Istilah

1. Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan wujud perencanaan yang menjelaskan tentang pemasaran. Dalam pendapatan suatu penjualan yang optimal, maka dari itu strategi pemasaran memiliki beberapa ruang lingkup lebih luas menyangkut produk, harga, stategi promosi, tempat, dan dalam menghadapi pesaing.[16]

[16] Drs. Lincoln Arsyad, *MSC. Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Gemapress, 1999), hal. 23.

b. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas juga bisa disebut dengan kesetiaan konsumen terhadap produsen tanpa ada paksaan dari pihak mana saja.[17]

2. Operasional

Pada penjelasan penegasan istilah di atas mendapat pengertian bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini Strategi Pemasaran Pada Industri Kerajinan Figura Foto Desa Kalikejambon Kecamatan Tembelang Kabupaten Jombang dalam Meningkankan Loyalitas Konsumen. Secara operasional penelitian ini menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan keloyalitasan konsumen dimana agar industri kerajinan figura foto yang sedang berjalan saat ini terus berkembang dengan pesat dan semakin diminati konsumen.

G. Sistematika Penulisan

Berikut penulisan penelitian ini terdiri atas enam bab diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang, latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang

[17] Warnadi dan Aris Triyono, *Manajeman Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 32.

lingkup, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori atau konsep pokok dari permasalahan dari ahli meliputi pengertian bauran pemasaran, strategi pemasaran, dan loyalitas konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang rancangan penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang terdiri dari paparan data, dan temuan penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai pembahasan yang menjelaskan jawaban dari permasalahan dalam penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian sudah dicapai dan menafsirkan temuan-temuan penelitian dengan logika dan teori-teori yang ada.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang dihasilkan peneliti yang telah dilakukan.