

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UD. ROBY JAYA MEBEL DI ERA DIGITAL  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh :

**Achmad Fauzi Putra Fajar**

**NIM. 1708303100**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
SYEKH NURJATI CIREBON  
TAHUN 2024 M/ 1445 H**

## ABSTRAK

**ACHMAD FAUZI PUTRA FAJAR.** 1708203100. “Analisis Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel di Era Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam”, 2024

Perkembangan teknologi merupakan perkembangan yang mengalami kemajuan cukup pesat berbagai bidang, terutama pada bidang industri. Pada perkembangan industri mebel di Indonesia selama ini tidak lepas dari berbagai kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah. Roby Jaya Mebel merupakan sebuah tempat pengrajin kayu mebel untuk mengerjakan bahan kayu menjadi perabot rumah tangga. Lokasi pembuatan mebel beralamatkan di desa Gedangan Kecamatan Sukagumiawang Kabupaten Indramayu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Bagaimana Strategi Pemasaran pada UD. Roby Jaya Mebel di Era Digital, Hambatan-Hambatan yang dihadapi UD. Roby Jaya Mebel dalam Strategi Semasaran di Era Digital, serta Bagaimana Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan pada UD. Roby Jaya Mebel Desa Gedangan Kecamatan Sukagumiawang Kabupaten Indramayu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Dengan menyajikan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik UD. Roby Jaya Mebel dan Karyawan yang kemudian diolah dengan data sekunder yang bersumber buku-buku dan jurnal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan/verifikasi.

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan UD. Roby Jaya Mebel adalah 4P (*product, price, place, dan promotion*). Produk yaitu berupa Meja Belajar, Kursi, Lemari, dan lainnya. *Price* atau harga yang ditetapkan itu sesuai dengan bahan yang digunakan. *Place* atau tempat UD. Roby jaya mebel berlokasi strategi yaitu terletak dekan dengan jalan *By Pass* Kertasemaya. *Promotion* atau promosi UD. Roby jaya mebel sudah menggunakan sosial media namun masih belum maksimal. Hambatan UD. Roby Jaya Mebel dalam memasarkan produknya di pasar digital terdapat 3 faktor yang menjadi penghambat yaitu: Tidak cukup modal dan SDM yang ada pada Roby Jaya Mebel, pesaing yang semakin hari semakin bervariasi baik produk, harga maupun promosinya di media digital, dan kemampuan UD, serta mewaspadaai adanya ancaman di dunia siber. Implementasi bauran pemasaran UD. Roby Jaya Mebel sudah sesuai dengan pemasaran Islam karena sebagian besar konsep pemasaran Islam telah sesuai yaitu dari segi produk selalu besikap jujur dan mengedepankan kualitas produk. Dari segi harga menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Kemudian dari tempat/saluran distribusi yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para *customer*, dan dari segi promosi selalu menekankan pada etika dalam bisnis, tidak melakukan curang, tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama, tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam, Bauran Pemasaran**

## ABSTRACT

**ACHMAD FAUZI PUTRA FAJAR.** 1708203100. “Marketing Strategy Analysis Of UD. Roby Jaya Furniture in the Digital Era from an Islamic Economic Perspective”, 2024”, 2024

Technological development is a development that is progressing quite rapidly in various fields, especially in the industrial sector. The development of the furniture industry in Indonesia so far cannot be separated from various policies adopted by the government. Roby Jaya Mebel is a place for wood furniture craftsmen to work wood into household furniture. The address for making furniture is Gedangan village, Sukagumiawang subdistrict, Indramayu regency. This research aims to find out about the Marketing Strategy at UD. Roby Jaya Furniture in the Digital Era, Obstacles faced by UD. Roby Jaya Mebel in Marketing Strategy in the Digital Era, as well as UD's Marketing Strategy. Roby Jaya Mebel viewed from an Islamic Economic Perspective.

This research is a field research type of research. The research was conducted at UD. Roby Jaya Furniture, Gedangan Village, Sukagumiawang District, Indramayu Regency. The approach used in this research is qualitative descriptive research. By presenting primary data obtained from interviews with UD owners. Roby Jaya Furniture and Employees which is then processed using secondary data sourced from books and journals. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. Data analysis is carried out by reducing data, presenting data, and drawing conclusions/verification.

The marketing mix strategy carried out by UD. Roby Jaya Mebel Is 4P (product, price, place and promotion). Products include study tables, chairs, cupboards and others. The price set is in accordance with the materials used. Place or UD place. Roby Jaya furniture is strategically located, namely located near Jalan By Pass Kertasemaya. Promotion or UD promotion. Roby Jaya furniture has used social media but it is still not optimal. UD Obstacles. Roby Jaya Mebel in marketing its products in the digital market, there are 3 factors that become obstacles, namely: Insufficient capital and human resources at Roby Jaya Mebel, competitors who are increasingly varying in terms of products, prices and promotions in digital media, and UD's capabilities, as well as Be aware of threats in the cyber world. Implementation of UD's marketing mix. Roby Jaya Mebel is in accordance with Islamic marketing because most of the Islamic marketing concepts are in accordance, namely in terms of products, always being honest and prioritizing product quality. In terms of price, set the price according to the quality of the product. Then from the distribution location/channel, namely providing a sense of comfort and easy access for customers, and in terms of promotion, always emphasizing ethics in business, not cheating, not selling products that are forbidden by religion, never forcing consumers to buy.

**Keywords: Marketing Strategy, Islamic Business Ethics, Marketing Mix**

## خلاصة

أحمد فوزي بوترا فاجار. 1708203100. "تحليل استراتيجية التسويق لـ UD. أثاث روبي جايا في العصر الرقمي من منظور اقتصادي إسلامي"، 2024،

التطور التكنولوجي هو تطور يتقدم بسرعة كبيرة في مختلف المجالات، وخاصة في القطاع الصناعي. لا يمكن فصل تطور صناعة الأثاث في إندونيسيا حتى الآن عن السياسات المختلفة التي تبنتها الحكومة. يعد Roby Jaya Mebel مكاناً لحرفيي الأثاث الخشبي لتحويل الخشب إلى أثاث منزلي. عنوان صناعة الأثاث هو قرية جيدانجان، منطقة سوكاجوميوانغ الفرعية، مقاطعة إندرامايو. يهدف هذا البحث إلى التعرف على استراتيجية التسويق في UD. أثاث روبي جايا في العصر الرقمي، بالإضافة إلى استراتيجية التسويق في UD. روبي جايا ميبيل في استراتيجية التسويق في العصر الرقمي، بالإضافة إلى استراتيجية التسويق في UD. روبي جايا ميبيل من منظور اقتصادي إسلامي. هذا البحث هو نوع من أنواع البحث الميداني. تم إجراء البحث في UD. أثاث روبي جايا، قرية جيدانجان، منطقة سوكاجوميوانج، إندرامايو ريجنسي. المنهج المستخدم في هذا البحث هو البحث الوصفي النوعي. من خلال عرض البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من المقابلات مع أصحاب UD. Roby Jaya Furniture الموظفين والتي تتم معالجتها بعد ذلك باستخدام البيانات الثانوية المستمدة من الكتب والمجلات. وكانت طرق جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. يتم تحليل البيانات عن طريق تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج/التحقق.

استراتيجية المزيج التسويقي التي نفذتها UD. Roby Jaya Mebel هو 4P (المنتج والسعر والمكان والترويج). وتشمل المنتجات طاولات الدراسة والكراسي والخزائن وغيرها. السعر المحدد يتوافق مع المواد المستخدمة. مكان أو UD. يقع أثاث Roby Jaya في موقع استراتيجي، بالقرب من Jalan By Pass Kertasemaya. الترويج أو الترويج لـ UD. استخدم أثاث Roby Jaya وسائل التواصل الاجتماعي ولكنه لا يزال غير مثالي. عوائق UD. في تسويق منتجات Roby Jaya Mebel في السوق الرقمي، هناك 3 عوامل تشكل عقبات، وهي: عدم كفاية رأس المال والموارد البشرية في Roby Jaya Mebel، المنافسون الذين يتباينون بشكل متزايد من حيث المنتجات والأسعار والعروض الترويجية في الوسائط الرقمية، وقدرات UD، وكذلك كن على دراية بالتهديدات في عالم الإنترنت. تنفيذ المزيج التسويقي لـ UD. يتوافق روبي جايا ميبيل مع التسويق الإسلامي لأن معظم مفاهيم التسويق الإسلامي متوافقة، خاصة فيما يتعلق بالمنتجات والصدق دائماً وإعطاء الأولوية لجودة المنتج. من حيث السعر، حدد السعر حسب جودة المنتج. ثم من موقع/قناة التوزيع، أي توفير الشعور بالراحة وسهولة الوصول للعملاء، ومن حيث الترويج، التأكيد دائماً على الأخلاق في العمل، وعدم الغش، وعدم بيع المنتجات التي يجرمها الدين، وعدم إجبار المستهلكين على الشراء أبداً.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، أخلاقيات الأعمال الإسلامية، المزيج التسويقي

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Indramayu tanggal 27 Oktober 1999. Dengan penuh perjuangan penulis dibesarkan. Penulis adalah anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Ibu Asaroh dengan bapak Fatoni.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SD Negeri Cadangpinggan 3 pada tahun 2013
2. SMP Negeri 1 Kertasemaya pada tahun 2015
3. SMA Negeri 1 Sukagumiwang pada tahun 2017

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UD. ROBY JAYA MEBEL DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”** dibawah bimbingan Bapak Eef SaeFulloh, M.Ag dan Bapak Dr. Alvien Septian Haerisma, MSI.



## KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, kerabat, sanak-saudara, serta rekan-rekan yang telah memberikan semangat dan sokongan moril maupun materinya kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat.





## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang berandatangan di bawah ini:

Nama : Achmad Fauzi Putra Fajar  
NIM : 1708203100  
Tempat Tanggal Lahir : Indramayu, 27 Oktober 1999  
Alamat : Desa Setu Kulon Blok Kaliandul RT/RW 06/03 Kecamatan  
Weru

Dengan Ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Ud Roby Jaya Mebel di Era Digital Dalam Perspektif Ekonomi Islam**” Ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 21 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



**Achmad Fauzi Putra Fajar**  
**NIM. 1708203100**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UD. ROBY JAYA MEBEL DI ERA DIGITAL  
DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Syariah Dan Bisnis Islam

Disusun Oleh

ACHMAD FAUZI PUTRA FAJAR

NIM. 1708203100

Menyetujui,

Pembimbing I,



Eef Saefulloh, M.Ag  
NIP.197603122003121003

Pembimbing II,

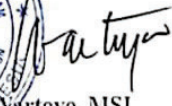


Dr. Alvien Septian Haerisma, MSI  
NIP.198009122006041001

Mengetahui

Dekan Fakultas Perbankan Syariah,



  
Dr. Wartoyo, MSI  
NIP. 198307022011011008



NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Achmad Fauzi Putra Fajar, NIM: 178203100 dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UD. ROBY JAYA MEBEL DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM". Kami berendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqsyahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Menyetujui,

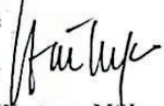
Pembimbing I,

  
**Eef Saefulloh, M.Ag**  
NIP.197603122003121003

Pembimbing II,

  
**Dr. Alvien Septian Haerisma, MSI**  
NIP.198009122006041001

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,  
  
  
**Dr. Wartovo, MSI**  
NIP.198307022011011008


## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel di Era Digital Dalam Perspektif Ekonomi Islam**, oleh Achmad Fauzi Putra Fajar, NIM 1708203100 telah diajukan dalam Sidang Munaqosyah pada hari Rabu, tanggal 29 Mei 2024 di hadapan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan dinyatakan lulus.

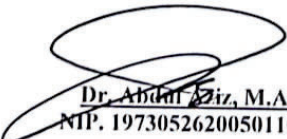
Skripsi ini telah memenuhi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosyah,


 Sidang,  
Dr. Wartoyo, MSI  
NIP. 198307022011011008

Sekretaris Sidang,  
  
Hj. Nining Wahyuningsih, S.E., M.M.  
NIP. 197309302007102001

Penguji I

  
Dr. Abdul Aziz, M.Ag  
NIP. 197305262005011004

Penguji II

  
Dr. Rita Kusumadewi, S.E., M.M.  
NIP. 198404222011012018

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا...

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...”

(Al-Baqarah : 286)



## KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَآلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel di Era Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam”** yang dapat terselesaikan dengan baik.

Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada semua keluarganya, para sahabat-sahabatnya, dan tidak lupa pula kepada kita selaku umatnya yang insyaallah senantiasa patuh dan taat pada semua ajarannya sampai akhir zaman. Aamiin.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis khususnya yang selalu memberikan do'a, motivasi, dukungan materil dan non materil, memberikan semangat tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

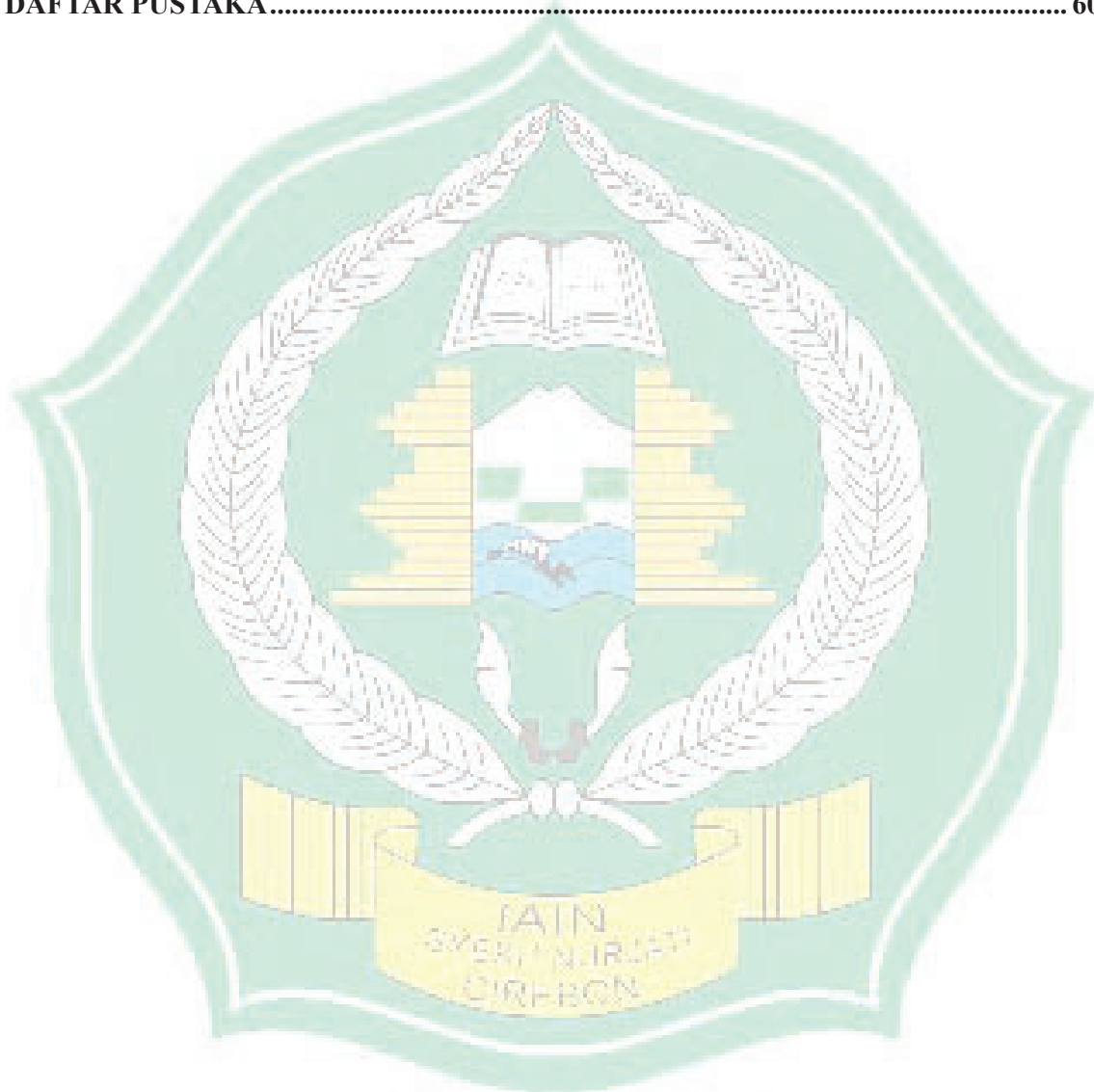
3. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.HI, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Dr. Wartoyo, MSI., Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Ibu Nining Wahyuningsih, S.E., M.M, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas selama penulis menempuh studi.
7. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag selaku dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian, kesabaran, ilmu yang bermanfaat, dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Bapak Dr. Alvien Septian Haerisma, MSI., selaku dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian, kesabaran, ilmu yang bermanfaat, dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
9. Bapak Ato Sunarto selaku pemilik UD. Roby Jaya Mebel yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian
10. Seluruh karyawan UD. Roby Jaya Mebel yang selalu bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam proses penelitian.
11. Kakak-kakak saya yang telah memberikan do'a, semangat dan nasehat serta dukungan selama penulis menempuh pendidikan sampai saat ini.
12. Teman-teman terdekatku, teman-teman kelas Perbankan Syariah C yang sudah bersedia untuk berjuang bersama selama perkuliahan.
13. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT. Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>viii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>ix</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Batasan Masalah .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Tinjauan Pustaka .....	6
G. Kerangka Pemikiran.....	10
H. Metode Penelitian .....	11
I. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>17</b>
A. Strategi Pemasaran.....	17
B. Bauran pemasaran .....	21
C. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran.....	25
D. Strategi Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam .....	27
<b>BAB III KONDISI OBJEKTIF PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Sejarah UD Roby Jaya Mebel.....	33
B. Visi Misi UD. Roby Jaya Mebel .....	33
C. Tujuan UD. Roby Jaya Mebel.....	34
D. Struktur organisasi UD. Roby Jaya Mebel.....	35
E. Letak Geografis UD. Roby Jaya Mebel .....	36
F. Alur Produksi UD. Roby Jaya Mebel .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>



A.	Analisis Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel .....	41
B.	Hambatan-Hambatan Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel di Era Digital .....	48
C.	Analisis Strategi Pemasaran UD. Roby Jaya Mebel Perspektif Ekonomi Islam .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>58</b>
A.	Kesimpulan.....	58
B.	Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>60</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur organisasi UD. Roby Jaya Mebel.....	36
Gambar 3. 2 Peta Desa Gedangan Kecamatan Sukagumiwang Indramayu.....	37
Gambar 3. 3 Lokasi Google Maps UD Roby Jaya Mebel.....	37
Gambar 3. 4 Gambar Bahan Baku Produk UD. Roby Jaya Mebel .....	38
Gambar 3. 5 Ilustrasi Proses Pembelahan Kayu.....	39
Gambar 3. 6 Hasil <i>Finishing</i> Produk UD. Roby Jaya Mebel.....	40
Gambar 4. 1 Barang Produksi UD. Roby Jaya Mebel.....	43
Gambar 4. 2 Brosur UD Roby Jaya Mebel .....	46
Gambar 4. 3 Halaman Tokopedia UD. Roby Jaya Mebel.....	47

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis produk UD. Roby Jaya Mebel.....	42
Tabel 4. 2 Daftar Harga Produk UD. Roby Jaya Mebel.....	44
Tabel 4. 3 Saluran Distribusi UD. Roby Jaya Mebel.....	45

