

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS
ISLAM : STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU
DI WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO**

S K R I P S I

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

DOVAN WAHYU MAHENDRA
NIM : 2017710289

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2021**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS
ISLAM : STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU
DI WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

DOVAN WAHYU MAHENDRA

NIM : 2017710289

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2021**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS
ISLAM : STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU
DI WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO**

Diajukan oleh:

DOVAN WAHYU MAHENDRA

2017710289

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal :


(Dra. Lindiawati, M.M.)

NIDN : 0704086902

S K R I P S I

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM : STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU DI WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO

Disusun oleh:

DOVAN WAHYU MAHENDRA

2017710289

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 23 Februari 2021

Tim Penguji

Ketua : (Dr. Herizon, M.Si)

Sekretaris : (Dra. Lindiawati, M.M)

Anggota : (Dr. Tjahjani Prawitowati)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya Skripsi dengan judul Strategi Pemasaran dalam Perspektif Bisnis Islam : Studi Kasus pada Kelompok UMKM Sepatu di Wilayah Prajurit Kulon Mojokerto ”.ini dapat diselesaikan dengan baik.

Terselesaikannya skripsinya ini tidak terlepas dari peran beberapa pihak baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, ucapan terimakasih yang takterhingga saya sampaikan kepada pihak-pihak berikut ini :

1. Dra. Lindiawati M.M sebagai dosen pembimbing yang telah menyampaikan materi dan memberikan bimbingan dan waktu kepada peneliti dan,
2. Dr. Dra. Wiwiek Lestari, M.Si selaku Ketua Program Sarjana Ekonomi Syariah STIE Perbanas Surabaya.
3. Selain itu, semua orang yang tidak saya sebutkan satu persatu. Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini akan berguna dan bermanfaat untuk semua pembaca.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap adanya dukungan berupa kritik dan saran demi perbaikan skripsi bagi peneliti, akhir kata semoga proposal ini dapat dipahami dan berguna bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 19 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Rancangan Penelitian	20
3.2 Batasan Penelitian	21
3.3 Informan	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Daftar Pertanyaan	23
3.6. Teknik Analisis.....	26
3.7. Triangulasi Data	27

BAB IV	GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	29
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	30
BAB V	PENUTUP	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran.....	60

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat ini	13
Tabel 3.1. Daftar Pertanyaan	21
Tabel 3.2. Daftar Informan Untuk Triangulasi Sumber Data	27
Tabel 4.1. Data Informan	27
Tabel 4.2. Jawaban Informan Atas Pendekatan Rabbaniyah	33
Tabel 4.3. Triangulasi Pendekatan Rabbaniyah	34
Tabel 4.4. Rangkuman Implementasi Aspek Rabbaniyah	35
Tabel 4.5. Jawaban Informan Atas Pendekatan Akhlakiah	38
Tabel 4.6. Triangulasi Pendekatan Akhlakiah	40
Tabel 4.7. Rangkuman Implementasi Aspek Akhlakiah	42
Tabel 4.8. Jawaban Informan Atas Pendekatan Al-Waqi'iyah	45
Tabel 4.9. Triangulasi Pendekatan Al-Waqi'iyah	47
Tabel 4.10. Rangkuman Implementasi Aspek Al-Waqi'iyah	48
Tabel 4.11. Jawaban Informan Atas Pendekatan Insaniyah	51
Tabel 4.12. Triangulasi Pendekatan Insaniyah	53
Tabel 4.13. Rangkuman Implementasi Aspek Insaniyah	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Penjualan Pada Masa Pandemi di UMKM Prajurit Kulon Mojokerto	2
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1. Aspek Syariah Konsep Rabbaniyah	32
Gambar 4.2. Aspek Syariah Konsep Akhlakiyyah	37
Gambar 4.3. Aspek Syariah Konsep Al-Waqi'iyah	44
Gambar 4.4. Aspek Syariah Konsep Insaniyyah	50



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Wawancara
- Lampiran 2 : Hasil Dokumentasi
- Lampiran 3 : Formulir Wawancara Dengan Informan
- Lampiran 4 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 5 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 6 : Berita Acara Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Berita Acara Perbaikan Skripsi
- Lampiran 8 : Hasil Turnitin



STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM
: STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU DI
WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO

Dovan Wahyu Mahendra
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2017710289@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) are trading businesses managed by individuals or business entities that refer to productive economic enterprises. These Micro, Small and Medium Enterprises have a very important role for the economy in Indonesia. Apart from that, this business group has also been able to withstand the various economic turmoil that has been experienced by Indonesia so far. This study aims to determine the Marketing Strategy in the Perspective of Islamic Business in the SME Shoes Group in the area of Pra Soldier Kulon Mojokerto. Based on the four characteristics of sharia marketing, namely: Rabbaniyah, Akhlakiah, Al-Waqi'iyah, and Insaniyah. This study uses a qualitative method based on a direct approach from the results of interviews and documentation. The results of this study discuss that shoe MSMEs in the Prasatria Kulon Mojokerto area have implemented four aspects of sharia marketing, namely: Divinity (Rabbaniyah), Ethical (Akhlaiyyah), Realistic (Al-Waqi'iyah), and Humanitic (Al-Insaniyyah).

Keywords: Islamic Business, Sharia Marketing Strategy

STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM : STUDI KASUS PADA KELOMPOK UMKM SEPATU DI WILAYAH PRAJURIT KULON MOJOKERTO

Dovan Wahyu Mahendra
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2017710289@students.perbanas.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ini mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian di Indonesia. Selain itu, kelompok usaha ini juga dapat bertahan dalam berbagai gejolak ekonomi yang pernah dialami oleh Indonesia selama ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran dalam Perspektif Bisnis Islam pada Kelompok UMKM sepatu di Wilayah Prajurit Kulon Mojokerto. Berdasarkan empat karakteristik pemasaran syariah yaitu: Rabbaniyah, Akhlakiah, Al-Waqi'iyah, dan Insaniyah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan pendekatan secara langsung dari hasil wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini membahas UMKM sepatu di wilayah Prajurit Kulon Mojokerto sudah menerapkan empat aspek pemasaran syariah yaitu: Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanitis (*Al-Insaniyyah*).

Kata Kunci: Bisnis Islam, Strategi Pemasaran Syariah