

**STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM MALIOBORO
PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S. Ei)



Oleh:

SUTANTRI

NIM : 9.313.073.09

**PRODI EKONOMI SYARIAH JURUSAN SYARI'AH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) KEDIRI**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM MALIOBORO
PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM

SUTANTRI

NIM. 9. 313. 073. 09

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Abdul Wahab A. Khalil, MA
NIP. 19670111 200112 1 001

Nuril Hidayati, M.Hum
NIP. 19800131 200312 2 003

NOTA KONSULTAN

Nomor : Kediri, 23 September 2014

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Ketua Sekolah Tinggi

Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri

Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo

Kediri.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : SUTANTRI

NIM : 9. 313. 073. 09

Judul : "STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM MALIOBORO
PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU DARI ETIKA
BISNIS ISLAM."

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir sarjana strata satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Abdul Wahab A. Khalil, MA
NIP. 19670111 200112 1 001

Nuril Hidayati, M.Hum
NIP. 19800131 200312 2 003

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 10 Oktober 2014
Lamp : 4 (empat) berkas
Hal : Penyelesaian Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Ketua Sekolah Tinggi
Agama Islam Negeri Kediri (STAIN Kediri)
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07- Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : SUTANTRI
NIM : 9. 313. 073. 09
Judul : "STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM
MALIOBORO PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU
DARI ETIKA BISNIS ISLAM."

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 07 Oktober 2014, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum adanya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Abdul Wahab A. Khalil, MA
NIP. 19670111 200112 1 001

Nuril Hidayati, M.Hum
NIP. 19800131 200312 2 003

Halaman Pengesahan

STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM MALIOBORO
PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU DARI
ETIKA BISNIS ISLAM

SUTANTRI

NIM: 9313.073.09

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Sekolah Tinggi Agama
Islam Negeri (STAIN) Kediri pada tanggal 07 Oktober 2014

Tim Penguji,

PengujiUtama

Dr. Khamim, M.Ag

NIP. 19640624 200212 1 001

(.....)

Penguji I

H. Abdul Wahab A. Khalil, MA

NIP. 19670111 200112 1 001

(.....)

Penguji II

Nuril Hidayati, M.Hum

NIP. 19800131 200312 2 003

(.....)

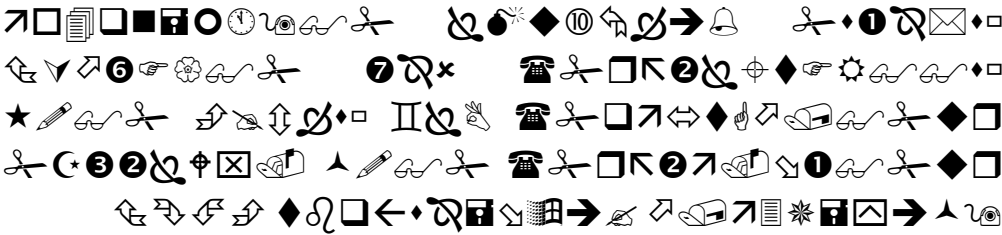
Kediri, 10 Oktober 2014

Ketua STAIN Kediri

Dr. Nur Chamid, MM.

NIP. 19631226 199103 1 001

MOTTO



“Apabila Telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

(QS. Al-Jumu’ah, 10)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan segenap syukur kehadiran Allah SWT, karya tulis ini aku persembahkan kepada:

1. Bapak Puryatin, terimakasih atas tetesan keringatnya dan telah merawatku sampai hari ini, ibuku tercinta, Ibu Suliyati, terimakasih atas kesabaran dan untaian doanya setiap waktu. Doa yang engkau panjatkan semoga selalu mengantarkan putra-putrinya ke gerbang kesuksesan.
2. Nenekku tercinta dan adikku Mohammad Riski Affandi yang selalu memberikan keramaian dalam setiap keheningan.
3. Untuk teman-temanku seperjuangan Ika, Ulit, Wulan, Nana, Nafi, Nefi, Wilis, Eli, Daris, Fifi dan teman-teman ngopi (ngobrol pintar) yang selalu memberikan senyuman dan dukungannya setiap waktu.
4. Untuk sahabatku teristimewa Amila Lala, Julphi, Bunda Demim, Bang Roni, dan Mas Ayis terimakasih atas waktunya, ngopinya, diskusinya dll. Semoga persahabatan kita tak akan pernah lekang oleh waktu.
5. Sahabat-sahabatiku PMII Sunan Ampel Kediri yang telah mengajarkan arti persahabatan.
6. Terimakasihku ucapkan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmunya serta motivasi selama menempuh studi di kampus STAIN Kediri ini. Terutama kepada Bapak Abdul Wahab dan Ibu Nuril Hidayati selaku pembimbingku terimakasih telah membimbing saya hingga terselesainya skripsi ini dengan lancar.

Terima kasih telah memberikan warna-warna indah dalam hidupku, terima kasih atas segala dukungan dan bantuan kalian, semuanya takkan bisa hilang begitu saja dari memori ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk kita semua.

Aamiin

ABSTRAK

SUTANTRI, Dosen Pembimbing H. Abdul Wahab A. Khalil, MA dan Nuril Hidayati, M.Hum. Strategi Pemasaran Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar Kediri Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Strategi pemasaran mempunyai empat variabel yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* yang sering disebut bauran pemasaran. Mie Ayam Malioboro merupakan sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang makanan. Berdiri pada tahun 2004 dan perkembangannya cukup pesat. Outlet pusat terletak di Pasar Bandar Kediri. Telah memiliki 30 outlet yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji mengingat tidak banyak tempat usaha lain yang mampu mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu yang menjadi fokus masalah yang diambil adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar Kediri ditinjau dari etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti melakukan analisis data melalui tahap-tahap antara lain: reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian, (1) strategi pemasaran Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar Kediri sebagai berikut: a) produk, mie yang diproduksi terbuat dari bahan yang bersih dan higienis serta ramah dalam melayani. b) harga, sesuai harga pasaran. c) tempat dan distribusi, pemilihan tempat yang strategis dan mudah dijangkau, pendistribusian bahan-bahan menggunakan saluran tidak langsung yaitu dari produsen ke mitra (outlet) dan konsumen akhir. d) promosi, pemasaran langsung dengan bertatap muka/ melalui alat komunikasi, publisitas melalui media cetak dan komunikasi dari mulut ke mulut. (2) strategi pemasaran Mie Ayam Malioboro Pasar Bandar Kediri ditinjau dari etika bisnis Islam, sebagai berikut: a) produk, pembuatan mie dan pengolahan dari bahan-bahan *thoyyib*, bermanfaat untuk konsumen yaitu penunda lapar sebagai pengganti nasi, bersih, higienis, adanya kejujuran dan longgar serta murah hati dalam melayani konsumen. b) harga, harga yang ditetapkan wajar, sebagai alat kompetisi yang sehat dan diukur dengan kemampuan daya beli konsumen. c) lokasi dan distribusi, lokasi mudah dijangkau, dan dalam pendistribusiannya tidak ada pihak-pihak yang dirugikan karena adanya transparansi dan kesepakatan antar pihak dalam pengambilan keuntungan. d) promosi, tidak adanya penipuan dan tidak melebih-lebihkan dalam promosi serta tidak adanya sumpah. Jadi strategi pemasaran yang dilakukan Mie Ayam Malioboro sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “STRATEGI PEMASARAN MIE AYAM MALIOBORO PASAR BANDAR KEDIRI DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM”, dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1).

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada jalan yang diridhoi Allah SWT dengan ajaran yang telah dibawanya yaitu ajaran agama Islam.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, dukungan, bantuan, serta doanya kepada semua pihak selama penyusunan skripsi ini. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM. Selaku Ketua STAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Khamim, M. Ag. Selaku Ketua Jurusan Syariah STAIN Kediri.
3. Bapak H. Abdul Wahab A. Khalil, MA. selaku pembimbing I dan Ibu Nuril Hidayati, M.Hum selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga terselesainya skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen STAIN Kediri, khususnya dosen Syariah Prodi Ekonomi Syariah yang telah mentransfer ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Agus Winarno pemilik Resto Mie Ayam Malioboro Kediri, yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian pada tempat

usaha yang di pimpinnya serta seluruh karyawan Mie Ayam Malioboro pasar Bandar Kediri.

6. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan serta kasih sayangnya kepadaku.
7. Teman-temanku Ekonomi Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, yang memberi dukungan moril kepada penulis sehingga penulis selesai studi.
8. Almamater tercinta STAIN Kediri yang penulis cintai dan banggakan. Terimakasih banyak.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal shaleh dan diterima oleh Allah Swt, serta mendapatkan balasan yang lebih baik di dunia dan di akhirat kelak, Amin.

Selanjutnya penulis menyadari sepenuhnya akan segala keterbatasan, kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa yang membacanya. Amin.

Kediri, 07 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA KONSULTAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Tinjauan Umum Tentang Pemasaran.....	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Strategi Pemasaran	13

3. Bauran Pemasaran	15
B. Pemasaran Dalam Etika Bisnis Islam	22
1. Etika Bisnis Islam.....	22
2. Strategi Pemasaran Dalam Etika Bisnis islam	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Kehadiran Peneliti	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Sumber Data	36
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	36
F. Analisis Data.....	38
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Tahap-tahap Penelitian.....	40
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	42
A. Paparan Data	42
1. Sejarah Berdirinya Mie Ayam Malioboro... ..	42
2. Prinsip Kerja Mie Ayam Malioboro	43
3. Lokasi Resto Mie Ayam Malioboro	44
4. Struktur Organisasi Mie Ayam Malioboro	46
5. Sistem Gaji atau Upah	47
6. Proses`Produksi	49
7. Proses Pemasaran	51
8. Paket-paket Kerja Sama Mie Ayam Malioboro	53
B. Temuan Penelitian	55

BAB V PEMBAHASAN	61
1. Strategi Pemasaran Mie Ayam Malioboro	61
2. Strategi Pemasaran Mie Ayam Malioboro Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	67
BAB VI PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran-Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karakteristik Bisnis Islam VS Nonislami	23
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Syariah Dalam Variabel Bauran Pemasaran	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mie Ayam Malioboro	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi

Lampiran 3 Surat Permohonan Observasi dari Jurusan Syariah

Lampiran 4 Surat Permohonan Penelitian dari STAIN Kediri

Lampiran 5 Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil

Lampiran 6 Tanda Daftar Perusahaan (TDP) Perorangan

Lampiran 7 Surat Keterangan Telah Mengadakan Penelitian

Lampiran 8 Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

Pedoman wawancara kepada produsen

1. Apakah anda mengetahui kualitas bahan-bahan (tepung, mie, ayam) dan kehalalannya?
2. Apakah usaha mie ini sangat menguntungkan?
3. Berapa keuntungan usaha ini setiap bulannya?
4. Bagaimana anda menentukan harga mie?
5. Apa saja bahan yang dikirimkan kepada outlet luar kota?
6. Butuh berapa lama untuk mengirimkannya?
7. Bagaimana promosi yang anda gunakan?
8. Bagaimana anda mengontrol outlet lainnya? Media apa yang digunakan?

Pedoman wawancara kepada bagian produksi

1. Apa saja bahan pembuatan mie?
2. Berapa orang yang membantu anda?
3. Darimana anda mendapatkan bahan-bahannya (tepung dll)?
4. Bagaimana proses pembuatan mie?

Pedoman wawancara kepada mitra

1. Sejak kapan anda bergabung dengan Mie Ayam Malioboro?
2. Mengapa anda bergabung dengan Mie Ayam Malioboro?
3. Apakah anda diuntungkan dengan strategi yang diterapkan?
4. Bagaimana anda menerima bahan-bahan dari Mie Ayam Malioboro pusat?

Pedoman wawancara kepada konsumen

1. Bagaimana menurut anda tentang rasa dan kualitas dari Mie Ayam Malioboro?
2. Apakah harga Mie Ayam Malioboro terlalu mahal?
3. Apakah anda nyaman makan di Mie Ayam Malioboro?
4. Bagaimana pelayanan karyawan Mie Ayam Malioboro?

PEDOMAN OBSERVASI

Mengamati strategi pemasaran yang dilaksanakan Mie Ayam Malioboro yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

DOKUMENTASI

