

**STRATEGI PEMASARAN PADA PENJUALAN BIBIT UD. ALAM TANI  
DESA MEJONO KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI  
DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING***

**SKRIPSI**

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**



**Oleh:**

**ILA ZAIDATUL ASLAMIAH**

**9.313.224.14**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN PADA PENJUALAN BIBIT UD. ALAM TANI  
DESA MEJONO KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI  
DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING***

**ILA ZAIDATUL ASLAMIAH  
NIM. 9313.224.14**

Disetujui oleh:

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI  
NIP. 19760708 200604 1 004**

**Sri Anugrah Natalina, SE. MM.  
NIP. 19771225 200901 2 006**

## NOTA DINAS

Kediri, 23 Juli 2019

Lamp : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth, Bapak Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

*Assalamualikum Wr. Wb.*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Syariah untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut:

Nama : ILA ZAIDATUL ASLAMIAH  
NIM : 9313.224.14  
Judul : Strategi Pemasaran pada Penjualan Bibit UD. Alam Tani  
Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri  
Ditinjau dari *Syariah Marketing*

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersamainikami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

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

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI**  
**NIP. 19760708 200604 1 004**

**Sri Anugrah Natalina, SE. MM.**  
**NIP. 19771225 200901 2 006**

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 23 Juli 2019

Lamp : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth, Bapak Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. SunanAmpel 07 Ngronggo Kediri

*Assalamualikum Wr. Wb.*

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswi:

Nama : ILA ZAIDATUL ASLAMIAH  
NIM : 9313.224.14  
Judul : Strategi Pemasaran pada Penjualan Bibit UD. Alam Tani  
Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri  
Ditinjau dari *Syariah Marketing*

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 23 Juli 2019. Kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI**  
**NIP. 19760708 200604 1 004**

**Sri Anugrah Natalina, SE. MM.**  
**NIP. 19771225 200901 2 006**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN PADA PENJUALAN BIBIT UD. ALAM TANI  
DESA MEJONO KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI  
DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING***

**ILA ZAIDATUL ASLAMIAH**

NIM. 9313.224.14

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekono~~m~~o dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 17 Juni 2019

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
**Rofik Efenfi, S.Kom, MM.** (.....)  
**NIP. 19690617 199803 1 002**
2. Penguji I  
**Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI** (.....)  
**NIP. 19760708 200604 1 004**
3. Penguji II  
**Sri Anugrah Natalina, SE. MM.** (.....)  
**NIP. 19771225 200901 2 006**

Kediri, 17 Juni 2019  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI**  
**NIP. 19750101 199803 1 002**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta  
sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang  
berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh  
dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

(QS. An Nisa: 29)

## Halaman Persembahan

Alhamdulillah Robbil `Alamin.....

Persembahkan yang tertinggi kepada **Allah SWT**

Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya

Sholawat serta salam kepadamu pahlawan agamaku

Baginda **Muhammad SAW** yang dinantikan syafa`atnya kelak.

Ayahanda **Hadi Supena** dan Ibunda **FatimatuzZahra** tercinta

Yang selalu memberikan kasih sayang dan tak pernah bosan ataupun lelah

Mendoakan setulus hati untuk kesuksesan setiap langkahku

Kedua adikku tersayang **Helmi** dan **Agung**

Yang telah menyayangiku sepenuh hati dan memberikan doanya untuk  
kesuksesan kakaknya.

Abuya **Anis Humaidi** serta Ummi **Najihatul Fadhliah**

Sekeluarga yang senantiasa membimbing dan memberikan pengalaman

Serta selalu memotivasi penulis untuk selalu memegang prinsip

*"Do the Best as Dedication to Allah"*

Para Guru, Dosen dan pendidikku yang selalu dimulyakan Allah

Sahabatku sedari kecil "**Nur Aulia Vinda**"

Serta **Ketapel Squad** Terima kasih motivasi dan semangatnya

Sahabat seperjuangan **Mir`ah, Iva, Erfina, Atul, Ibun, Isyza, Hani, Dila,**

**Fadila dan Tutut** terima kasih banyak

**Tika, Tsani, Nining, Asmi, Siska, dkk** terima kasih ditemani setiap malam

Seluruh santri **PP. Sunan Ampel Kota Kediri**, sahabat Lillah di jalan Allah

Saya ucapkan terima kasih untuk semuanya

## ABSTRAK

Ila Zaidatul Aslamiah, 2014. Strategi Pemasaran pada Penjualan Bibit UD. Alam Tani Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Ditinjau dari *Syariah Marketing*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. Pembimbing (1) Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI dan (2) Sri Anugrah Natalina, SE. MM.

Kata Kunci: strategi pemasaran, *syariah marketing*.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah pada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran sangatlah penting untuk UD. Alam Tani. Berdiri mulai tahun 2014 dan mulai membuka Caffe dan Resto Kebun Bibit Kediri tahun 2017 saat bulan Ramadhan. Selain caffe juga ada spot foto yang mendukung strategi pemasaran di UD. Alam Tani, sehingga adanya dua usaha berbeda yang tetap berjalan seiring berjalannya waktu. Dari tahun 2014-sekarang selalu mengalami peningkatan pengunjung. Hal ini menarik untuk dikaji mengingat tidak semua perusahaan yang belum lama berdiri jua dua usaha sekaligus mengalami peningkatan cepat dan luas. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran pada penjualan bibit UD. Alam Tani Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri 2) Bagaimana strategi pemasaran pada penjualan bibit UD. Alam Tani pada Penjualan Bibit UD. Alam Tani Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri ditinjau dari *Syariah Marketing*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dilanjutkan dengan analisis data dengan cara menelaah seluruh data yang telah diperoleh dengan cara reduksi data dan penarikan kesimpulan. Tahap terakhir adalah pengecekan keabsahan data dengan menggunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian, strategi pemasaran Kebun Bibit Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri menerapkan segmentasi pasar, targeting dan positioning, selain itu juga menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi dan promosi yang mana kurang sesuai pada sisi produk dan promosi. Sedangkan ditinjau dari *syariah marketing*, Kebun Bibit Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri menerapkan nilai teistis (nilai ketuhanan), etis (etika), realistik (fleksibel) dan humanistik (universal). Namun ada beberapa nilai yang belum teramalkan, yaitu teistis (nilai ketuhanan) adanya produk yang kurang berkualitas, nilai etis (etika) pada promosi yang tidak sesuai dan nilai realistik (fleksibel) pada cara dan alat yang digunakan belum modern.



## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahimi*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penyusunan skripsi yang berjudul: “STRATEGI PEMASARAN PADA PENJUALAN BIBIT UD. ALAM TANI DESA MEJONO KECAMATAN PLEMAHAN KABUPATEN KEDIRI DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING*” dengan baik sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1).

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW. yang telah memberi petunjuk jalan yang diridloi Allah SWT. dengan ajaran yang benar yakni ajaran agama Islam.

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

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas, M. HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
4. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, M.EI selaku pembimbing I dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE, MM. selaku pembimbing II yang selalu memberikan

bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga terselesainya skripsi ini.

5. Ibu Dr. Andriani, MM. selaku Wali Studi.
6. Bapak Agus Joko Susilo, selaku owner UD. Alam Tani dan Kebun Bibit Kediri yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian pada perusahaan yang di pimpinnya.
7. Ayahanda Hadi Supena dan Ibunda Fatimatuzzahra serta kedua adikku yang telah mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis.
8. Abuya Dr. Anis Humaidi, M. Ag. dan Ummi Najihatul Fadliyah, M. Pd. serta keluarga besar Yayasan Pondok Pesantren Sunan Ampel kota Kediri yang telah memberikan wawasan dan pengalaman kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Semoga amal kebaikan berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal sholeh dan diterima oleh Allah SWT serta mendapat 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 karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Kediri, 5 Juli 2019

Penulis,

Ila Zaidatul Aslamiah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka .....	9
<b>BAB II: KAJIAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Strategi Pemasaran.....	11
1. Definisi Strategi Pemasaran.....	11
2. Aspek Strategi Pemasaran.....	13
3. Strategi Bauran Pemasaran.....	16
B. Syariah Marketing .....	19
1. Definisi Syariah Marketing.....	19
2. Konsep <i>Syariah Marketing</i> .....	23

3. Karakteristik <i>Syariah Marketing</i> .....	23
4. Etika <i>Syariah Marketer</i> .....	29
5. Membangun Bisnis dengan Nilai-nilai <i>Syariah</i> .....	29
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
B. Kehadiran Peneliti.....	34
C. Lokasi Penelitian.....	34
D. Sumber Data.....	34
E. Metode Pengumpulan Data.....	35
F. Analisis Data.....	37
G. Tahap-tahap Penelitian.....	38
<b>BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN</b> .....	40
A. Paparan Data.....	40
B. Strategi Pemasaran Kebun Bibit Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri.....	52
C. Temuan Penelitian.....	67
<b>BAB V: PEMBAHASAN</b> .....	68
A. Strategi Pemasaran Kebun Bibit Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri.....	66
B. Strategi Pemasaran Kebun Bibit Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Ditinjau dari <i>Syariah Marketing</i> ..	77
<b>BAB VI: PENUTUP</b> .....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah Penjualan Bibit di UD. Alam Tani Tahun 2014-2018.....	42
Tabel 2	Jumlah Penghasilan Penjualan Bibit di UD. Alam Tani Tahun 2014-2018.....	42
Tabel 3	Jumlah Penghasilan Caffe dan Resto Kebun Bibit Kediri Mulai Juni 2017 – Mei 2019.....	50
Tabel 4	Strategi Pemasaran Pada Penjualan Bibit UD. Alam Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri Ditinjau dari <i>Syariah Marketing</i> Model: Hermawan Kertajaya.....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3. Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 4. Pedoman Wawancara

Lampiran 5. Susunan Organisasi UD. Alam Tani

Lampiran 6. Pedoman Dokumentasi

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup