

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Allah SWT tidak hanya menciptakan manusia di dunia ini tanpa tujuan yang jelas. Manusia diciptakan oleh Allah untuk menyembah-Nya, oleh karena itu, segala aktivitas manusia tidak dapat terlepas dari perintah-Nya dan aturan yang telah ditetapkan dalam agama Islam, yang bertujuan untuk mencapai tujuan penciptaan manusia.

Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia adalah melalui berbagai aktivitas, baik dengan bekerja sebagai karyawan maupun dengan berbisnis untuk mencari rezeki. Dalam agama Islam, berbisnis juga dianjurkan dan bahkan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, yang memiliki semangat dan ketekunan tinggi serta cerdas dan jujur dalam berbisnis.¹

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis saat ini membuat banyak orang menggunakan berbagai cara untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin. Namun, seorang wirausaha harus memiliki prinsip bahwa lebih baik merugi daripada melanggar prinsip-prinsip agama Islam dan melakukan hal-hal yang tidak terpuji.²

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak pebisnis yang rela melakukan segala cara demi keuntungan pribadi. Hal ini dikarenakan adanya globalisasi yang membuat dunia bisnis harus mengikuti perkembangan zaman,

¹ Inayah Swasti Ratih, dkk, 'Etika Bisnis Islam dalam Manajemen Bisnis Kuliner', *Ar-Ribhu*, 1 (2020), 174 <<https://ejournal.inzah.ac.id/index.php/arribhu/article/view/494>> [accessed 15 September 2022 pukul 22.09].

² Fakhry Zamzam dan Havis Arvarik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 7.

terutama di bidang makanan yang terus mengalami peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia, sesuai dengan teori A.A Maslow tentang hierarki kebutuhan.

Permintaan akan pangan terus meningkat karena makanan merupakan kebutuhan dasar manusia. Dalam dunia pangan, terdapat dua jenis makanan, yaitu makanan modern dan makanan tradisional. Salah satu contoh makanan tradisional yang masih populer namun jarang ditemui adalah kue getas.³ Kue getas memiliki beberapa keunikan yang membuatnya menjadi jajanan pasar tradisional yang istimewa. Pertama, proses pembuatannya yang melibatkan adonan tepung beras ketan putih yang diuleni hingga mencapai kekentalan yang pas. Hal ini memberikan tekstur yang kenyal dan lembut di bagian dalam kue. Kemudian, bentuk lonjong yang khas sebelum proses penggorengan memberikan tampilan yang menarik dan mudah dikenali. Setelah digoreng dengan minyak panas, kue getas menghasilkan tekstur renyah di luar, menciptakan sensasi yang nikmat saat digigit. Selain itu, pelapisan gula pasir pada kue getas memberikan sentuhan manis yang menjadi ciri khasnya. Gabungan dari tekstur yang lembut dan renyah serta rasa manis membuat kue getas memiliki keunikan tersendiri dan memikat bagi para penggemarnya.⁴

³ Nur Moh. Faiz Amin, dkk, 'Strategi Pemasaran Kue Gapit Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Warga Sekitar', *Comserva*, 1 (2021), 29 <<https://comserva.publikasiindonesia.id/index.php/comserva/article/view/5>> [accessed 15 September 2022 pukul 22.35].

⁴ Sunarti, dkk 'Pengembangan Pemasaran Usaha Kecil Kue Tradisional Rumahan Melalui Media E-Commerce', *Jurnal Abdimas Mahakam*, 2.Juni 2018, 85 <https://www.researchgate.net/publication/334769014_Pengembangan_Pemasaran_Usaha_Kecil_Kue_Tradisional_Rumahan_Melalui_Media_E-Commerce> [accessed 15 September 2022 pukul 22.48].

Namun saat ini produsen kue getas sudah jarang ditemui, dikarenakan sudah banyak masyarakat lebih memilih berjualan jajan kekinian dan makanan yang siap saji (*fast food*) yang lebih modern dan lebih disukai oleh para generasi muda. Hal ini karena tidak sedikit juga masyarakat yang menganggap bahwa kue tradisional ialah kue yang ketinggalan zaman, sehingga mengakibatkan agak sulit mencari kue getas di pasaran karena sudah minimnya masyarakat yang memproduksi kue getas untuk dijual.⁵

Seperti yang terjadi di Kabupaten Jombang sudah minimnya produsen yang fokus memproduksi kue getas untuk dijual. Dari beberapa produsen kue getas yang ada, peneliti melakukan perbandingan kepada beberapa produsen kue getas yang ada di Kabupaten Jombang dengan menerapkan teori bauran pemasaran 4p menurut Kotler & Armstrong yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).⁶ Berikut ini ialah data perbandingan yang peneliti peroleh dari kegiatan observasi dan wawancara tahap awal, yaitu:

Tabel 1.1
Daftar Produsen Getas di Kabupaten Jombang

No	Nama Pemilik	Kategori	Keterangan
1	Rusmiati (Kue Getas Wijaya Lestari)	Alamat	Jl. Abd Rahman Saleh Gg. III No.26 Rt.07 Rw.01 Kec. Jombang Kab. Jombang
		Tahun berdiri	2.000
		Bahan kue getas	Tepung terigu, tepung ketan, gula putih, kelapa parut
		Kue getas yang habis	16.500-27.000 biji

⁵ Sunarti, dkk, ' Pengembangan Pemasaran Usaha Kecil Kue Tradisional Rumahan Melalui Media E-Commerce', 179.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management 14th Edition* (DKI Jakarta: Upper Saddle River, 2012),11.

		per bulan	
		Penghasilan per bulan	Rp.16.500.000 – Rp.27.600.000
		Produk (<i>Product</i>)	- Kue getas ukuran kecil - Kue getas original - Kue getas ketan hitam
		Harga (<i>Price</i>)	8.00-1.500/biji
		Tempat (<i>Place</i>)	Di rumah
		Promosi (<i>Promotion</i>)	Reseller, mulut ke mulut, sistem titip jual
		Jumlah karyawan	3 orang
		Fasilitas	- Jam operasional 22.00 – 09.00 - Karyawan yang bekerja adalah orang sekitar yang sudah dipercaya - Pembeli bisa membeli langsung datang ketempat atau memesan terlebih dahulu - Tempat produksi nyaman dan bersih - Tempat parkir - Lokasi berada di wilayah tengah kota - Pelayanan ramah, jujur dan bersahabat
2	Sika Wati	Alamat	Desa Pacar Peluk Kec. Megaluh Kab. Jombang
		Tahun berdiri	2018
		Bahan kue getas	Tepung terigu, tepung ketan, gula
		Kue getas yang habis per bulan	9.000 biji
		Penghasilan per bulan	Rp.9.000.000
		Produk (<i>Product</i>)	Kue getas
		Harga (<i>Price</i>)	1000/biji
		Tempat (<i>Place</i>)	Di rumah
		Promosi (<i>Promotion</i>)	Titip jual
		Jumlah karyawan	1 orang
		Fasilitas	- Jam operasional 04.00- 07.00 dan 12.00 – 15.00 - Pembeli bisa datang langsung ketempat yang dititipkan atau dipesan - Tempat produksi bersih
3	Anik Yuliana	Alamat	Desa Pulo Lor Kec. Jombang Kab. Jombang
		Tahun berdiri	2018
		Bahan kue getas	Tepung ketan, tepung terigu, gula,

			dan garam.
		Kue getas yang habis per bulan	6.000 biji
		Penghasilan per bulan	Rp.4.800.000
		Produk (<i>Product</i>)	Kue getas
		Harga (<i>Price</i>)	800/biji
		Tempat (<i>Place</i>)	Di rumah
		Promosi (<i>Promotion</i>)	Sistem titip
		Jumlah karyawan	2 orang
		Fasilitas	<ul style="list-style-type: none"> - Jam operasional 03.00-07.00 - Karyawan yang bekerja merupakan keluarga sendiri - Pembeli bisa secara langsung datang atau bisa pesan terlebih dahulu secara <i>online</i> - Tempat produksi yang bersih

Sumber: *Observasi* peneliti pada pesaing Kue Getas Wijaya Lestari

Dari tabel 1.1 di atas bisa diketahui bersama bahwa hanya ada beberapa produsen kue getas yang masih setia untuk berjualan kue getas sampai sekarang ini. Dari ketiga produsen kue getas yang ada di Kabupaten Jombang, kue getas dari ibu Rusmiati merupakan produsen kue getas dengan penghasilan yang cukup tinggi setiap harinya. Hal ini dikarenakan di Ibu Rusmiati penjualan kue getas setiap harinya sangat banyak. Walaupun hanya dengan berjualan secara *offline* dan melalui beberapa *reseller* atau yang menjualkan kembali kue getas Wijaya Lestari sejumlah 9 (sembilan) orang, dimana ada 4 (empat) orang mengambil ke rumah bu Rusmiati, dan 5 (lima) orang lainnya diantarkan ke pasar.

Pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang telah menjadi produsen kue getas yang berdiri paling lama yakni pada tahun 2000 jika dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni pengusaha kue getas milik Ibu Sika Wati dan Ibu Anik Yuliana yang sama-sama berdiri pada tahun 2018. Hal ini

mengindikasikan bahwa usaha pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang telah lebih eksis dalam industri lebih lama daripada pesaing-pesaingnya. Dengan pengalaman yang lebih panjang, maka pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang memiliki keuntungan dalam hal pengetahuan, keahlian, dan pemahaman pasar yang lebih matang.

Kue Getas Wijaya Lestari Jombang juga terus berusaha melakukan inovasi untuk usaha getasnya, seperti membuat beberapa varian pada kue getasnya, yaitu kue getas ukuran kecil seharga Rp.800, kue getas ukuran besar rasa original harga Rp.1.000, dan kue getas ukuran besar rasa ketan hitam Rp.1.500. Kemudian kue getas Wijaya Lestari milik ibu Rusmiati juga memiliki perbedaan pada bahan bakunya yaitu ditambahkan kelapa parut supaya menjadi lebih gurih, enak, lembut, dan beda dengan para pembuat getas lainnya. Karena tidak banyak produsen kue getas yang memakai bahan tersebut.⁷

Berdasarkan potensi usaha kue getas Wijaya Lestari Jombang yang bagus pemasarannya serta bisa terus bertahan berjualan getas sampai sekarang dengan ramainya pertumbuhan penjualan. Maka seperti teori yang telah disampaikan oleh Arief Sugiono yang menerangkan bahwasanya pertumbuhan penjualan ialah variabel yang mana pada dasarnya dengan cara atau metode pengukuran stabilitas keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan.⁸ Berikut data penjualan kue getas yang terjual setiap bulannya di Wijaya Lestari Jombang:

⁷ Rusmiati, Pemilik Kue Getas Wijaya Lestari, 13 September 2022.

⁸ Arief Sugiono, *Manajemen Keuangan untuk Praktisi Keuangan* (Jakarta: Grasindo, 2009),7.

Tabel 1.2
Data Penjualan Kue Getas yang Terjual di Wijaya Lestari Jombang
Tahun 2020 dan 2021

Periode	2020		2021		2022	
	Produk yang laku	Pendapatan	Produk yang laku	Pendapatan	Produk yang laku	Pendapatan
Januari	23.100	Rp. 23.100.000	16.300	Rp. 19.300.000	23.250	Rp. 23.250.000
Februari	27.550	Rp. 27.550.000	25.800	Rp. 25.800.000	23.200	Rp. 23.200.000
Maret	24.000	Rp. 24.000.000	26.000	Rp. 27.750.000	22.570	Rp. 22.570.000
April	21.050	Rp. 21.050.000	17.500	Rp. 19.500.000	19.600	Rp. 19.600.000
Mei	9.110	Rp. 15.000.000	25.150	Rp. 27.900.000	15.000	Rp. 24.000.000
Juni	15.400	Rp. 9.110.000	27.250	Rp. 27.250.000	19.400	Rp. 15.000.000
Juli	15.000	Rp. 15.400.000	28.600	Rp. 28.600.000	24.000	Rp. 19.400.000
Agustus	9.500	Rp. 9.500.000	24.375	Rp. 24.375.000	24.040	Rp. 24.040.000
September	15.330	Rp. 15.330.000	23.750	Rp. 26.750.000	25.450	Rp. 25.450.000
Oktober	17.150	Rp. 17.150.000	28.400	Rp. 28.400.000	25.400	Rp. 25.400.000
November	22.500	Rp. 22.500.000	25.850	Rp. 27.900.000	25.650	Rp. 25.650.000
Desember	22.800	Rp. 22.800.000	27.340	Rp. 28.650.000	26.000	Rp. 26.000.000
Jumlah	222.490 pcs	Rp. 222.490.000	296.315 pcs	Rp. 312.175.000	273.560 pcs	Rp. 288.560.000

Sumber: Dokumen Laporan Keuangan Kue Getas Wijaya Lestari

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa penjualan kue getas yang terjual setiap bulannya di Wijaya Lestari tidak stabil tetapi juga mengalami peningkatan. Padahal ketika suatu perusahaan yang memiliki penjualan relatif stabil akan lebih aman untuk menanggung bebas tetap mendapatkan lebih banyak pinjaman dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Ketidak stabilan penjualan yang ada di ini kue getas Wijaya Lestari ini mengharuskan bisnis tersebut untuk terus melakukan pengembangan strategi pemasarannya guna meningkatkan penjualan dengan kondisi yang stabil.

Saat ini Kue Getas Wijaya Lestari ini yang tidak memiliki toko khusus serta bertempat tinggal di dalam gang yang tidak begitu luas dan tidak terlihat dari jalan raya, serta belum terlalu memanfaatkan teknologi modern seperti

sosial media untuk memasarkan produknya. Selain itu, saat ini banyak pesaing yang tidak hanya dari para pengusaha kue tradisional saja, melainkan kue modern atau biasa dikenal dengan kue kekinian yang mana sangat bervariasi serta cukup diminati saat ini oleh masyarakat umum. Apalagi produk kue tradisional yang saat ini sudah sulit ditemui. Akan tetapi kue getas Wijaya Lestari dalam menjalankan usahanya tetap bertahan lama sejak tahun 2.000 sampai sekarang.⁹

Persaingan yang sangat ketat menyebabkan tidak sedikit pengusaha yang menghalalkan semua cara guna peningkatan penjualannya tak memikirkan syariat Islam. Padahal Rasulullah Saw sudah mengajarkan kepada umatnya untuk berdagang dengan mengutamakan prinsip keislaman, etika yang tinggi, dan tidak melaksanakan tindakan bathil. Jadi seorang pedagang wajib melaksanakan aktivitas ekonomi secara halal dan saling saling *ridha*¹⁰, seperti firman Allah Swt berikut:

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

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa : 29)¹¹

Hal-hal di ataslah yang membuat peneliti begitu tertarik untuk meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran kue tradisional terutama kue getas oleh Wijaya Lestari Jombang guna peningkatan penjualannya perspektif *syariah*

⁹ Observasi di Rumah Ibu Rusmiati pemilik usaha Kue Getas Wijaya Lestari, 13 September 2022.

¹⁰ Ikhsan Bayanuloh, *Marketing Syariah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), 21.

¹¹ Cipta Bagus Segara, *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata*, t.t. 143.

marketing. Berdasarkan uraian di atas yang telah dijelaskan, maka hal tersebut mendorong peneliti untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut tentang “**Strategi Pemasaran Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Syariah Marketing (Studi Pada Pengusaha Kue Getas Wijaya Lestari Jombang).**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang?
2. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang dalam meningkatkan penjualan?
3. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang dalam meningkatkan penjualan perspektif *syariah marketing*?

C. Tujuan Penelitian

Melihat dari kompleks dan fokus penelitian di atas, sehingga tujuan-tujuan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang.
2. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang dalam meningkatkan penjualan.
3. Bagaimana strategi pemasaran pengusaha kue getas Wijaya Lestari Jombang dalam meningkatkan penjualan perspektif *syariah marketing*.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian dari penelitian ini nantinya dapat memberikan berbagai manfaat dari segi teoritis ataupun praktis, yakni:

1. Kegunaan Teoritis

Terlaksananya penelitian ini semoga dapat dijadikan sebagai masukan atau sumbang andalan kajian ilmu khususnya yang berkaitan dengan upaya meningkatkan jumlah penjualan perspektif.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pembaca

Peneliti harap, untuk para peneliti selanjutnya bisa menggunakan penelitian ini yang telah dilakukan ini untuk tahap pertama penelitiannya yang berkaitan dengan bagaimana strategi pemasaran kue getas wijaya lestari Jombang dalam meningkatkan penjualan perspektif *syariah marketing*.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Semoga penelitian ini dapat mejadi sebuah karya ilmiah yang bersifat ilmiah, memberi informasi yang bermanfaat, serta bisa menjadi sumber bahan kajian atau referensi dengan studi kasus atau permasalahan yang sama khususnya pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

c. Bagi Peneliti

Semoga penelitian ini nantinya dapat mengembangkan kemampuan dan pengetahuannya peneliti ketika melakukan suatu peneltian dan juga

dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuannya peneliti. Kemudian semoga penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman peneliti untuk melaksanakan dan menerapkan ilmu yang telah dimiliki.

E. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wike Aprila Rosita dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Makanan Khas Kampar Kue Tradisional Kak Ira di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*”.¹² Program Studi Manajemen yang terdapat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau menjadi fokus penelitian ini. Objek penelitian ini adalah pelanggan yang membeli kue tradisional Kak Ira. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Kak Ira sebaiknya mengimplementasikan strategi pemasaran kue tradisional dengan melakukan evaluasi dan terus memperbaiki strategi terkait product, price, place, dan promotion. Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam hal metode penelitian kualitatif yang digunakan dan pembahasan mengenai strategi pemasaran kue tradisional. Namun, terdapat perbedaan dalam objek penelitian dan jenis kue tradisional yang dibahas, serta penelitian sebelumnya tidak berfokus pada peningkatan penjualan.

¹² Wike Aprila Rosita, ‘Analisis Strategi Pemasaran Produk Makanan Khas Kampar Kue Tradisional Kak Ira di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar’ (Skripsi: Universitas Islam Riau, 2022), 69 <<https://repository.uir.ac.id/14524/>> [accessed 9 September 2022].

2. Penelitian oleh Eka Yunita Rahayu dengan judul “*Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau dari Syariah Marketing*”.¹³

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Objek penelitian ini yakni Toko Zoya Cabang Kediri. Penelitian terdahulu ini menghasilkan penelitian yaitu strategi pemasaran Toko Zoya Cabang Kediri menggunakan bauran pemasaran 4P yang sesuai dengan *syariah marketing*, yakni jenis produk yang beragam, harga yang memperhitungkan rasio biaya-biaya, tempat yang strategis, dan promosi secara *online* ataupun *offline*. Kemudian Toko Zoya Cabang Kediri telah melakukan penerapan Erika *syariah marketing* seperti berperilaku baik dan simpatik, adil, pelayanan dengan baik serta rendah hati, tidak curang, dan lain sebagainya. Persamaan penelitian dahulu tersebut dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang strategi pemasaran karena banyaknya persaingan bisnis saat ini perspektif *marketing syariah*. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya.

3. Penelitian oleh Zulfatus Sholikhah berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Udang UD. Devi Putri Desa Bobang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri Ditinjau dari Marketing Syariah”.¹⁴ Program Studi Ekonomi Syariah

¹³ Eka Yunita Rahayu, ‘Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Syariah Marketing’ (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2022), 84 <<http://etheses.iainkediri.ac.id/5369/>> [accessed 9 September 2022].

¹⁴ Zulfatus Sholikhah, ‘Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Udang UD. Devi Putri Desa Bobang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri ditinjau dari Marketing Syariah’ (Skripsi: Institut Agama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Produsen kerupuk udang UD. Devi putri Desa Bobang Semen Kediri menjadi objek pada penelitian terdahulu ini. Kemudian untuk hasil penelitiannya yakni Strategi pemasaran UD. Devi Putri memiliki strategi pemasaran tersendiri dengan menawarkan berbagai macam varian kerupuk dan penepatan harga yang penuh dengan pertimbangan dengan kebutuhan konsumen dan pengecer. Promosi yang digunakan sangatlah banyak dan sesuai dengan syarat pemasaran syariah seperti produk halal dan jelas, tidak ada tipu menipu, melayani dengan bagus sesuai moral serta etika, dll. Penelitian terdahulu dengan penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas tentang strategi pemasaran di produsen bidang kuliner yang sama seperti penelitian ini yang juga sama ditinjau dari *syariah marketing*. Sedangkan perbedaannya perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitiannya peneliti ini yakni objek penelitiannya.

4. Penelitian terdahulu oleh Siti Analisatul Ulumi yang berjudul “*Strategi Pemasaran Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dalam Meningkatkan Penjualan*”.¹⁵ Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. *Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri* menjadi objek

Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2022),60 <<http://etheses.iainkediri.ac.id/4683/>> [accessed 9 September 2022].

¹⁵ Siti Analisatul Ulumi, ‘Strategi Pemasaran Home Industry Krupuk Semier Artama di Desa Cerme Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri dalam Meningkatkan Penjualan’ (Skripsi: IAIN Kediri, 2020), 76 <<http://etheses.iainkediri.ac.id/1293/>> [accessed 9 September 2022].

penelitian terdahulu ini. Kesimpulan yang diperoleh penelitian terdahulu ini yakni menggunakan strategi pemasaran dengan memperhatikan produk, harga, promosi, dan tempat. Setelah itu *Home Industry* Krupuk Sermier Artama Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri ini pendapatannya dapat meningkat yang signifikan dari awal berdiri tahun 2015 sampai 2019. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama memakai metode penelitian kualitatif dan juga meneliti tentang strategi pemasaran suatu usaha rumahan dalam meningkatkan penjualan. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitiannya peneliti ini yaitu objek penelitiannya.

5. Penelitian oleh Ahmad Imam dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)*”.¹⁶ Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram. Para pedagang kue-kue rumahan di Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah menjadi objek penelitian pada penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Imam tersebut. Hasil kesimpulan penelitiannya yakni faktor harga, promosi, dan tempat merupakan faktor-faktor yang berpengaruh pada tingkat pendapatan usaha kue rumahan di Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah. Jika ketiga faktor tersebut dapat diolah dengan baik maka dapat meningkatkan

¹⁶ Ahmad Imam, ‘Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)’ (Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 69 <<http://etheses.uinmataram.ac.id/1130/1/>> [accessed 9 September 2022].

pendapatan dengan potensi kue rumahan di Desa Pagutan yang cukup baik saat ini. Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian ini yakni memakai penelitian kualitatif dan ingin mengetahui strategi pemasaran produk olahan. Sedangkan perbedaannya yaitu pada objek penelitiannya.

6. Penelitian oleh Nur Moh. Faiz Amin, dkk dengan judul “*Strategi Pemasaran Kue Gapit Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Warga Sekitar*”.¹⁷ Mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha milik Ibu Robiah memproduksi kue gapit sebanyak 50 kg per hari dengan melibatkan 5 orang karyawan yang berasal dari tetangganya. Strategi pemasaran yang digunakan adalah mengirimkan kue Gapit ke berbagai pelanggan tetap, menjualnya di toko sendiri, dan memanfaatkan para Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bepergian ke luar negeri untuk membawa kue Gapit sebagai oleh-oleh. Penelitian sebelumnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mengkaji makanan tradisional yang mulai terlupakan dan mencari strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan tidak dianalisis dari perspektif *syariah marketing*.

¹⁷ Amin dan dkk. ‘Strategi Pemasaran Kue Gapit Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Warga Sekitar’, 30.