

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH**

(Studi pada UD. Metro Food Kota Kediri)

SKRIPSI

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



OLEH:

RINA YUNIARTI

NIM. 9.341.275.19

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH (Studi pada UD. Metro Food Kota Kediri)

Ditulis Oleh:

RINA YUNIARTI

9.341.275.19

Disetujui Oleh:

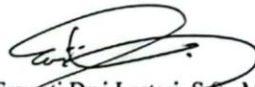
Pembimbing I



Arif Zunaidi, S.H.I., M.E.I.

NIP. 198204072023211019

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, S.S., M.Hum.

NIP. 19930306 201903 2 016

NOTA DINAS

Kediri, 2 Januari 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : RINA YUNIARTI

NIM : 9.341.275.19

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN USAHA DITINJAU DARI PEMASARAN
SYARIAH (Studi pada UD. Metro Food, Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Arif Zunaidi, S.H.I., M.E.I.
NIP. 198204072023211019

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, S.S., M.Hum.
NIP. 199303062019032016

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 9 Januari 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Pengesahan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : RINA YUNIARTI

NIM : 9.341.275.19

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN USAHA DITINJAU DARI PEMASARAN
SYARIAH (Studi pada UD. Metro Food, Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah pada tanggal 2 Januari 2025

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Arif Zuhaidi, S.H.I., M.E.I.
NIP. 198204072023211019

Pembimbing II



Erawati Dwi Lestari, S.S., M.Hum.
NIP. 199303062019032016

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH

(Studi pada UD. Metro Food, Kota Kediri)

RINA YUNIARTI

NIM. 9.341.275.19

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri Pada Tanggal 2 Januari 2025

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. H. Ahmad Syakur, Lc., M.E.I.
NIP. 19760708200604
2. Penguji I
Arif Zunaidi, S.H.I., M.E.I.
NIP. 198204072023211019
3. Penguji II
Erawati Dwi Lestari, S.S., M.Hum.
NIP. 199303062019032016

(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 9 Januari 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri



Dr. H. Anam Annas Muslimin, M.H.I.
NIP. 197501011998031002

HALAMAN MOTTO

وَأَفَوِّضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ

“Dan aku menyerahkan segala urusanku kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat hamba-hamba-Nya.”

(Q.S. Al-Ghafir ayat 44)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rina Yuniarti

NIM : 934127519

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 18 Nopember 2024

Yang membuat pernyataan

Rina Yuniarti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yaitu Alm. Bapak Mudji dan Ibu Katemi yang tidak henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang tidak ternilai. Tanpa bimbingan dan doa mereka, saya tidak akan bisa sampai di titik ini. Terima kasih atas perjuangan bapak ibu selama ini.
2. Kedua kakak serta kedua kakak ipar saya yang juga selalu memberikan dukungan, motivasi, dan semangat tanpa henti. Juga untuk keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam setiap langkah.
3. Teman-teman kuliah seperjuangan saya yaitu Nadia Istia Wulandari, Jumrotul Arifah, Nurun Ni'asarotin Nisak, Al Maida Illaisa yang telah menemani saya dalam suka maupun duka, memberikan semangat, dan motivasi. Semoga kita selalu diberkahi kebahagiaan dan kesuksesan di masa depan. Serta kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
4. Diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha yang terbaik untuk menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak kali merasa lelah, putus asa, dan hampir menyerah. Terima kasih telah bertahan dan melanjutkan perjuangan ini.

ABSTRAK

RINA YUNIARTI, Dosen Pembimbing Arif Zunaidi, S.H.I., M.E.I dan Erawati Dwi Lestari S.S., M.Hum, Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha Ditinjau dari Pemasaran Syariah (Studi pada UD. Metro Food, Kota Kediri), Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi Pemasaran, Persaingan Usaha, Pemasaran Syariah

Persaingan dalam dunia bisnis tidak bisa dihindarkan, terutama dengan semakin banyaknya usaha baru sebagai pesaing. Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat agar mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan. Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam suatu bisnis. Pelaku usaha harus mampu pandai berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran agar mampu mencapai target pasar dengan baik tanpa mengesampingkan nilai-nilai syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan UD. Metro Food dalam menghadapi persaingan usaha, (2) Untuk menganalisis strategi pemasaran UD. Metro Food dalam menghadapi persaingan usaha ditinjau dari pemasaran syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu metode penelitian di mana di dalamnya seseorang atau sekelompok orang meneliti suatu pengalaman, peristiwa atau fenomena kehidupan individu dan menceritakan kembali informasi yang diperoleh dalam kronologi deskriptif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan juga dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) UD. Metro Food menerapkan beberapa indikator strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha di antaranya yaitu dengan pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, dan komunikasi pemasaran. Kelima indikator tersebut secara keseluruhan telah diterapkan dengan baik, di mana UD. Metro Food hingga saat ini mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan bahkan produknya yang semakin meluas. UD. Metro Food juga telah memperluas pasarnya dengan memasuki pasar wisata dengan menunjukkan tulisan “Asli Kediri” pada packaging produknya yang dapat memperkuat identitas daerah dan menjadikan daya tarik tambahan bagi konsumen. (2) Berdasarkan aspek pemasaran syariah, UD. Metro Food telah menerapkan beberapa karakteristik syariah, di antaranya dari segi teistis yaitu senantiasa menghadirkan Allah di setiap tindakannya, dari segi etis adalah menjaga etika dan melayani konsumen dengan rendah hati, serta bersikap jujur. Adapun nilai realistik yang diterapkan yaitu mempromosikan produk sesuai dengan keadaan yang ada. Dari segi humanistik yaitu melayani konsumen tanpa membedakan status sosialnya, saling membantu dan menghormati dengan sesama pesaing.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha Ditinjau dari Pemasaran Syariah (Studi pada UD. Metro Food, Kota Kediri)”**. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga kelak kita akan mendapatkan syafa’atnya di hari akhir.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag., selaku rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M. H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
3. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M. Hum selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri
4. Ibu Ulfi Dina Hamida, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi dan memberikan motivasi dalam proses awal penyusunan skripsi
5. Bapak Arif Zunaidi, S.H.I., M.E.I., dan Ibu Erawati Dwi Lestari, S.S., M. Hum., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi
6. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan

7. Bapak Budi Handayani dan Ibu Sulistyawati selaku pemilik UD. Metro Food beserta para karyawan yang telah memberikan izin dan bersedia membantu proses penyelesaian skripsi ini
8. Keluarga, sahabat, teman, dan semua pihak yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyusun skripsi ini

Penulis hanya mampu mendoakan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak agar penelitian selanjutnya dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Aamiin.

Kediri, 18 Nopember 2024

Penulis

Rina Yuniarti

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2 : Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3 : Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4 : Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أَ...إِ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h"

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ﺍﻝ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini adalah bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Sehingga peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Telaah Pustaka	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Strategi Pemasaran	18
1. Pengertian Strategi Pemasaran	18
2. Indikator Strategi Pemasaran.....	19
B. Persaingan Usaha.....	20
1. Pengertian Persaingan Usaha	20
2. Jenis-jenis Persaingan Usaha.....	22
3. Faktor Pendorong Persaingan Usaha.....	22
C. Pemasaran Syariah.....	24
1. Definisi Pemasaran Syariah.....	24
2. Pemasaran Perspektif Alquran dan Sunnah.....	25
3. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	27

4. Etika dalam Pemasaran Syariah	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti	33
C. Lokasi Penelitian	34
D. Sumber Data	35
E. Metode Pengumpulan Data	36
F. Analisis Data	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	39
H. Tahap-tahap Penelitian	41
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
1. Profil Usaha	44
2. Sejarah berdirinya UD. Metro Food Kediri.....	44
3. Visi dan Misi UD. Metro Food Kediri	46
4. Struktur Organisasi UD. Metro Food Kediri	46
5. Proses Produksi pada UD. Metro Food Kediri	47
B. Paparan Data.....	48
1. Strategi Pemasaran pada UD. Metro Food Kediri	48
2. Penerapan Pemasaran Syariah UD. Metro Food Kediri	58
3. Persaingan Usaha.....	60
C. Temuan Penelitian	63
BAB V PEMBAHASAN.....	66
A. Analisis SWOT UD. Metro Food Kediri	66
B. Strategi Pemasaran UD. Metro Food Kediri dalam Menghadapi Persaingan Usaha	67
C. Strategi Pemasaran UD. Metro Food Kediri dalam Menghadapi Persaingan Usaha Ditinjau dari Pemasaran Syariah	77
BAB VI PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Usaha Kota Kediri Tahun 2020-2024.....	3
Tabel 1.2. Data Bidang Usaha Kota Kediri Tahun 2020-2024	4
Tabel 1.3. Data Usaha Sambel Pecel Kota Kediri.....	6
Tabel 1.4. Perbandingan Pemasaran Usaha Sambel Pecel	6
Tabel 1.5. Data Pembanding Usaha Sambel Pecel Kota Kediri.....	7
Tabel 1.6. Data Pendapatan UD. Metro Food	10
Tabel 4.1. Daftar Harga Produk UD. Metro Food.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 : Surat Persetujuan Izin Penelitian

Lampiran 5 : Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup