

**STRATEGI PEMASARAN CATERING LADZIDZ LIRBOYO DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DITINJAU DARI
*MARKETING SYARIAH***

Skripsi

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh:

NISA HANIFAH

NIM. 931.305.513

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

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI CATERING LADZIDZ LIRBOYO DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DITINJAU DARI
*MARKETING SYARIAH***

NISA HANIFAH

931.305.513

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Dr. Andriani, S.E. M.M.
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II

Nilna Fauza, M.HI
NIP. 198610242015032003

NOTA DINAS

Kediri, 20 Oktober 2020

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : NISA HANIFAH

NIM : 931.305.513

Judul : STRATEGI PEMASARAN CATERING LADZIDZ
LIRBOYO DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KONSUMEN DITINJAU DARI *MARKETING SYARIAH*

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

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Andriani, SE, MM.
NIP. 197301132003122001

Nilna Fauza, M.HI
NIP.198610242015032002

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN CATERING LADZIDZ LIRBOYO DALAM

MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DITINJAU DARI

MARKETING SYARIAH

NISA HANIFAH
NIM. 931.305.513

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 26 Oktober 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Sri Anugrah Natalina, SE., MM. (.....)
NIP. 197712252009012006

2. Penguji I

Dr. Andriani, S.E. M.M. (.....)
NIP. 197301132003122001

3. Penguji II

Nilna Fauza, M.HI (.....)
NIP. 198610242015032003

Kediri, 26 Oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri

Dr. Imam Annas Mushlihin, MHI.
NIP. 197501011998031002

HALAMAN MOTTO

“Cara terbaik melariskan dagangan adalah dengan tembak servernya langsung yaitu ALLAh, karena Allah lah yang menggerakkan hati orang untuk membeli.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, syukurku tiada terbatas pada-Mu ya Robbi. Diri ini tiada daya tanpa kekuatan dari-Mu. Shalawat serta salamku padamu sang suri tauladanku Nabi Muhammad SAW. Kuharap syafa'atmu di penghujung hari nanti. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Keluarga, kedua orang tuaku Imam Kanafi dan Ibu Musiyem dan adek saya Vina Nur Nadiro, yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan do'anya kepada saya. Tidak mungkin saya dapat menyelesaikan tanpa doa dan dukungan yang selalu membuat saya segera menyelesaikan penelitian ini.
2. Pembimbing, terimakasih Ibu Dr. Andriani, SE, MM dan Ibu Nilna Fauza, MHI. karena beliau yang selalu memberikan pengarahan, semangat dan bimbingan yang tidak kenal lelah hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Teman seperjuangan Dinda Septiana L, Ahit Muthoriq, Stabut Abdul Khobir, serta teman-temanku lainnya yang tidak bisaku sebutkan satu-persatu. Terimakasih selalu memeberi semnagat dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Pemilik Ladzidz Catering yang telah membantu memberikan informasi dan data sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga besar IAIN Kediri dan teman-teman seperjuangan yang selalu memotivasi.

ABSTRAK

Hanifah, Nisa, 2020. Strategi Pemasaran Catering Ladzidz Lirboyodalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Ditinjau dari *Marketing Syariah*. Dosen Pembimbing Sri Dr. Andriani, SE, MM dan Nilna Fauza, MHI.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Syariah*

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Marketing syariah adalah strategi pemasaran berdasarkan kaidah islam dan mengandung nilai-nilai islam di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Catering Ladzidz dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari Marketing Syariah.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen pada Catering Ladzidz Lirboyo dengan menggunakan metode kualitatif yaitu suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang diambil secara rinci dan mendalam. Populasi dalam penelitian ini adalah Catering Ladzidz Kediri. Instrumen pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Selanjutnya data dianalisis dan dijabarkan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: peratama, strategi pemasaran yang digunakan oleh Catering Ladzidz Lirboyo dalam meningkatkan jumlah konsumennya berfokus pada empat hal, yakni: 1) produk, 2) harga, 3) promosi, dan 4) lokasi. Kedua, strategi yang digunakan Catering Ladzidz Lirboyo dalam meningkatkan jumlah konsumen tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip *marketing syariah*, yakni: produk yang dijual merupakan produk yang baik, harga yang ditetapkan transparan, promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan, dan lokasi bisnis strategis dengan target pasar.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, kami panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

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

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlikhin, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syukur, Lc., MEI selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Ibu Dr. Andriani, SE, MM, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nilna Fauza, MHI selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Kedua orang tuaku dan keluargaku yang selalu memberikan semangat dan doa serta penuh pengertian selama kami menyelesaikan studi.
6. Teman-teman mahasiswa di IAIN Kediri dan berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu, yang telah meberikan dukungan moril sehingga kami dapat menyelesaikan studi.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin

Kediri, 20 Oktober2020

NISA HANIFAH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ivv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
A. Konsep Umum Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined. 13
1. Definisi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined. 14
2. Definisi Strategi Pemasaran	Error! Bookmark not defined. 14
3. Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined. 16
B. Konsep Umum <i>Marketing Syariah</i>	20
1. Definisi <i>Marketing Syariah</i>	20
2. Strategi <i>Marketing Syariah</i>	24
3. Konsep dan Karakteristik <i>Marketing Syariah</i>	28
4. .Marketing Mix Dalam Perfektif Islam	31
5. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Kehadiran Peneliti dan Lokasi penelitian	42
C. Sumber Data.....	42
D. Metode pengumpulan Data	44
E. Analisis data.....	45
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	46
G. Tahap-tahap Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah umum Catering Ladziz	48
2. Profil Catering Ladziz	48
3. Lokasi Catering Ladziz.....	49
4. Stuktur organisasi Catering Ladziz	49
B. Paparan Data	50
1. Strategi yang digunakan Ladidz Catering Ladziz Lirboyo.....	50
2. Peningkatan Jumlah Konsumen di Catering Ladzids Lirboyo	55
3. Strategi Pemasaran Catering Ladziz Lirboyo Ditinjau dari <i>Marketing Syariah</i>	56
BAB V PEMBAHASAN	61
BAB VI PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Catering yang berada di Kecamatan Mojoroto Kota Kediri

Tabel 1.2 Jumlah Minimal Order Layanan Antar

Tabel 1.3 Jumlah Pelanggan Catering Ladzidz

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Pedoman Observasi