

**STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT “UD SAMUDERA JAYA”
DI TINJAU DARI SYARI’AH MARKETING**

(Studi Kasus di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang)

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



OLEH:

MOH. CHOIRUL ACHWAL

NIM: 9313 215 13

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI’AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT UD SAMUDERA JAYA DI TINJAU DARI SYAR'IAH MARKEETING

(Studi kasus di Ds. Karangmangu, Kec. Sarang, Kab. Rembang)

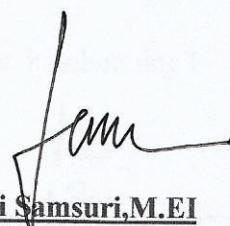
MOH. CHOIRUL ACHWAL

9.313.215.13

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ali Samsuri, M.EI
NIP: 19761031 200901 1 003



Amrul Mutaqin, M.EI
NIP: 19760507 200801 1 013

NOTA DINAS

Kediri, 8 Oktober 2019

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas FEBI Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri,
Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kota Kediri.

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Moh. Choirul Achwal

NIM : 931321513

Judul : STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT UD. SAMUDERA JAYA DI TINJAU DARI SYARI'AH MARKEETING (Studi kasus di Ds. Karangmangu, Kec. Sarang, Kab. Rembang)

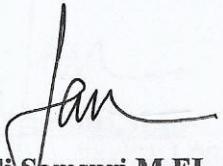
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

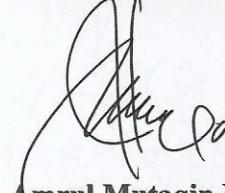
Demikian harap maklum dan atas kesediaan bapak kami ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I


Ali Samsuri, M.EI
NIP. 19761031 200901 1 003

Dosen Pembimbing II


Amrul Mutaqin, M.EI
NIP: 19760507 200801 1 013

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 8 Oktober 2019

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas FEBI Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri, Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo Kota Kediri.

Assalamualaikum Wr. Wb.

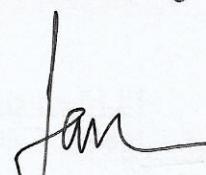
Bersama ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Moh. Choirul Achwal
NIM : 931321513
Judul : STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT UD. SAMUDERA JAYA DI
TINJAU DARI SYARI'AH MARKETING (Studi Kasus di Ds.
Karangmangu, Kec. Sarang, Kab. Rembang)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2019 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

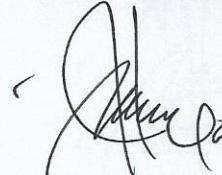
Dosen Pembimbing I



Ali Samsuri, M.EI

NIP. 19761031 200901 1 003

Dosen Pembimbing II



Amrul Mutaqin, M.EI

NIP: 19760507 200801 1 013

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENJUALAN IKAN LAUT UD. SAMUDERA JAYA DI TINJAU DARI SYARI'AH MARKETING

(Studi kasus di Ds. Karangmangu, Kec. Sarang, Kab. Rembang)

MOH. CHOIRUL ACHWAL

NIM. 9.313.215.13

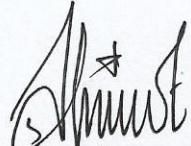
Telah diujikan didepan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Kediri pada Tanggal 21 Oktober 2019

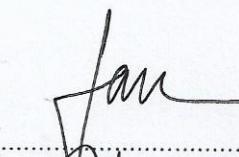
Tim Penguji,

Penguji Utama

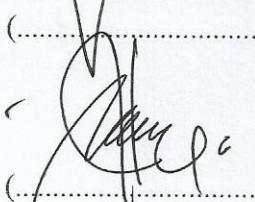
Sulistyowati,M.EI
NIP.

(.....)


Penguji I
Ali Samsuri,M.EI
NIP. 19761031 200901 1003

(.....)


Penguji II
Amrul Mutaqin,M.EI
NIP: 19760507 200801 1 013

(.....)




MOTTO

وَمَنْ جَاهَدَ فِي أَنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَعَنِ الْعَالَمِينَ (٦)

Artinya : “Dan Barangsiapa yang berjihad, Maka Sesungguhnya jihadnya itu adalah untuk dirinya sendiri. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.¹

¹ Al-Qur'an Surat Al-Ankabut ayat 6

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya. Tak lupa pula shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada kehadiran Nabi Muhammad SAW. Dengan untaian kata syukur akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang mana telah membantu dan memberikan arahan dan dorongan selama penulisan skripsi ini dilakukan. Untuk itu penulis hanya mampu menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Kedua orang orang tua saya (Bapak Machtum dan Ibu Muntafi'ah) yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materil, yang tak bosan-bosannya memberikan do'a dan semangat kepada penulis.
2. Seluruh keluarga besar Bani Fathur dan bani Munandar yang telah menyemangati dan mendo'akan agar skripsi ini cepat selesai.
3. Teman-teman Alumni PP. Al-Anwar 2 Sarang, dan teman-teman PP. Al-Ishlah Kediri yang juga telah ikut mendo'akan.
4. Saudara-saudara PSHT (Persaudaraan Setia Hati Terate) yang ada di IAIN kediri yang telah memberikan dorongan kepada penulis untuk meneruskan studi hingga selesai.
5. Kepada seluruh pihak yang telah ikut membantu untuk kelancaran penulisan skripsi ini semoga amal kalian diterima sebagai amal shalih kelak di akhirat nanti Amin.

ABSTRAK

Moh. Choirul Achwal, Dosen pembimbing Bapak Ali Samsuri,M.EI, dan Bapak Amrul Mutaqin,M.EI.: Strategi Penjualan Ikan Laut UD. Samudera jaya di Tinjau dari Syari'ah Marketing di Desa Karangmangu Kecamatan Sarang Kabupaten Rembang, Ekonomi Syari'ah, Fakultas FEBI, IAIN Kediri 2019.

Kata Kunci:Strategi penjualan, Syari'ah marketing

Islam memberikan batasan terhadap pemilik harta dalam mengembangkan dan meningkatkan investasinya dengan cara yang benar dan tidak bertentangan dengan akhlaq, norma, dan nilai-nilai kemuliaan. UD. Samudera Jaya merupakan salah satu dari sekian banyaknya usaha yang menjual ikan laut, berdiri sejak tahun 2007, meskipun termasuk dalam usaha yang baru, namun usaha ini dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang sangat pesat, di bandingkan dengan usaha-usaha yang lebih dulu berdiri. Dengan demikian yang menjadi fokus penelitian masalah yang dapat diambil yaitu; 1.) Bagaimana strategi penjualan yang dilakukan UD. Samudera Jaya. 2.) Bagaimana strategi penjualan UD. Samudera Jaya ditinjau dari *syari'ah marketing*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan, sumber data penelitian kualitatif adalah berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik, pemasar, pekerja, dan para konsumen UD. Samudera Jaya untuk mengetahui bagaimana strategi penjualan yang di terapkan di UD. Samudera Jaya. Tahap terakhir yang dilakukan adalah pengecekan keabsahan data dengan menggunakan ketekunan pengamat dan triangulasi.

Adapun penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan UD. Samudera Jaya menerapkan elemen dari bauran pemasaran yaitu *product, promotion, price, dan place*. 1.)*Product*: ikan-ikan yang di jual di UD. Samudera Jaya sangat bagus dan selalu di jaga kesegarannya. 2.)*Promotion*: promosi yang dilakukan di UD Samudera Jaya yaitu promosi diskon dan *personal selling*. 3.)*Price*: harga yang ditetapkan sudah sesuai harga pasaran. UD. Samudera Jaya juga menawarkan dua pilihan pembayaran kepada konsumen yaitu kredit/hutang dan secara *cash*, sesuai kesepakatan dari kedua belah pihak. 4.)*Place*; distribusi pada UD. Samudera Jaya menjual barang dagangannya di gudang. Jika di tinjau dari segi *syari'ah marketing*, strategi penjualan yang di terapkan oleh UD. Samudera Jaya belum sepenuhnya menerapkan *etika syari'ah marketer* yaitu berlaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*), karena di dalam praktek penjualannya masih ada ketidak adilan dalam penjualan ikan yang ada di keranjang/basket. Dan untuk hal seperti produk, promosi, penetapan harga, dan penyimpanan stok di gudang sudah sesuai dengan *syari'ah marketing*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur hanyalah bagi Allah SWT. Dzat yang telah memberikan dan melimpahkan berbagai nikmat dan karunia, khususnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada segenap keluarga, para sahabat, serta umat beliau diakhir zaman ini. Amien.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis haturkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa moril maupun materil, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushilin, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajaran atas kebijaksanaan, perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Bapak Ali Samsuri, M.EI. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan dorongan serta motivasi demi terselesaiannya skripsi ini.
4. Bapak Amrul Mutaqin,M.EI. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan dorongan serta motivasi demi terselesaiannya skripsi ini.

5. Orang tua yang senantiasa mendo'akan, menyayangi, serta memotivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Sahabat seperjuangan penulis terutama dari program studi Ekonomi Syari'ah Angkatan 2013 yang telah berjuang bersama-sama dari semester awal sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

Mudah-mudahan amal kebaikan dan jerih payah mereka mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini karena keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis harapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan, agar nantinya skripsi ini lebih bermanfaat sebagaimana mestinya.

Amin.

Kediri, 27 September 2019

Penulis

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
DAFTAR TABEL.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Penjualan.....	11
1. Definisi Penjualan	11
2. Tujuan Penjualan	14
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan	15

B. Syariah Marketing	15
1. Definisi Syariah Marketing	15
2. Konsep Syariah Marketing	17
3. Karakteristik Syariah Marketing	19
4. Etika Syariah Marketer	23
5. Membangun Bisnis dengan Nilai-Nilai Syariah.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Sumber Data	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Pengecekan Keabsahan Data.....	33
F. Analisis Data.....	33
G. Tahap-Tahap Penelitian	34

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data.....	36
1. Gambaran Umum UD. Samudera Jaya	36
2. Lokasi UD. Samudera Jaya.....	37
3. Struktur Organisasi	38
4. Tujuan Perusahaan.....	39
5. Produk yang di jual	42
6. Sistem Gaji dan Upah	46
B. Temuan Penelitian	47

1. Strategi Pemasaran dan Penjualan Ikan Laut UD. Samudera Jaya	47
2. Bagaimana Strategi Pemasaran dan Penjualan UD. Samudera jaya Ditinjau dari <i>Syari'ah Marketing</i>	56

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Penjualan Ikan Laut UD. Samudera Jaya.....	61
1. Produk	61
2. Harga.....	63
3. Lokasi.....	63
4. Promosi	63
B. Strategi Penjualan Ikan Laut UD. Samudera Jaya Ditinjau dari <i>Syari'ah Marketing</i>	64
1. <i>Shiddiq</i>	64
2. <i>Amanah</i>	67
3. <i>Tabligh</i>	68
4. <i>Fathonah</i>	70

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA **75**

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Harga Ikan Laut / Basket	43
Tabel 4.2 Harga Ikan Laut / Kg	44
Tabel 4.3 Harga Cumi-Cumi, Rajungan, dll / Kg	45