

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH
PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF MARKETING
SYARIAH**
**(STUDI KASUS UD.BAROKAH DI DUSUN TONDOMULYO DESA
GADUNGAN KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E)



Disusun Oleh:
ADAM FALLA AZIZI
9.313.378.15

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI**
2021

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH
PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF MARKETING
SYARIAH**
**(STUDI KASUS UD. BAROKAH DI DUSUN TONDOMULYO DESA
GADUNGAN KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI)**

Ditulis Oleh:
ADAM FALLA AZIZI
NIM. 931337815

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

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

**(STUDI KASUS UD. BAROKAH DI DUSUN TONDOMULYO DESA
GADUNGAN KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI)**

ADAM FALLA AZIZI

931337815

Disetujui Oleh:

Kediri 2 Juli 2021

Pembimbing I



Dr. H. Ahmad Syakur LC.,M.E.I

NIP. 197607082006041004

Kediri, 19 Juli 2021

Pembimbing II



Nilna Fauza M.HI

NIP. 198610242015032003

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 1 November 2021
Lampiran : 4 berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No.7 , Ngronggo
Kota Kediri

Assalamualaikum wr.wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : ADAM FALLA AZIZI

NIM : 931337815

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH
PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF
MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS UD. BAROKAH DI
DUSUN TONDOMULYO DESA GADUNGAN KECAMATAN
PUNCU KABUPATEN KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, 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
harap segera diujikan dalam sidang *munaqosah*.

Dengan demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu
kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pembimbing I



Dr. H. Ahmad Syakur LC.,M.E.I
NIP. 197607082006041004

Pembimbing II



Nilna Fauza M.HI
NIP. 198610242015032003

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 1 November 2021
Lampiran : 4 berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No.7 , Ngronggo
Kota Kediri

Assalamualaikum wr.wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : ADAM FALLA AZIZI

NIM : 931337815

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH
PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF
MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS UD. BAROKAH DI
DUSUN TONDOMULYO DESA GADUNGAN KECAMATAN
PUNCU KABUPATEN KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, 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
harap segera diujikan dalam sidang *munaqosah*.

Dengan demikian agar maklum dan atas ketersediaan Bapak/Ibu
kami ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pembimbing I


Dr. H. Ahmad Syakur LC.,M.E.I

NIP. 197607082006041004

Pembimbing II


Nina Fauza M.HI

NIP. 198610242015032003

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS UD. BAROKAH DI DUSUN TONDOMULYO DESA GADUNGAN KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI)

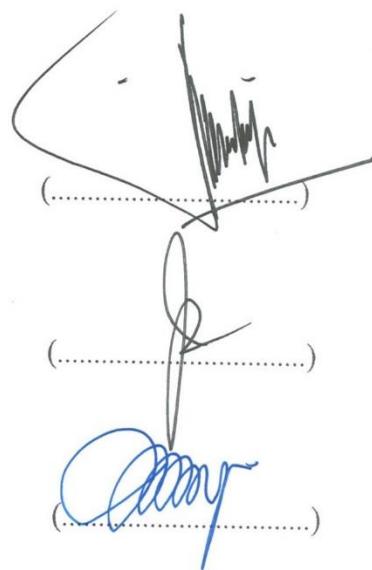
ADAM FALLA AZIZI

931337815

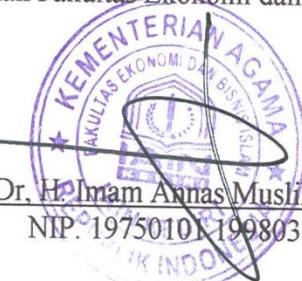
Telah diujikan di depan sidang *Munaqosah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Pada 1 November 2021

Tim Penguji

1. Penguji Utama
Achmad Munif, SE., MM
NIP. 196910252003122001
2. Penguji I
Dr. H. Ahmad Syakur LC., M.E.I
NIP. 1976070820060410004
3. Penguji II
Nilna Fauza M.HI
NIP. 198610242015032003



Kediri, 11 November 2021
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



HALAMAN MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَّكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ
وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”- QS. Al-Baqarah ayat 216

“Laa ghaliba illa billah”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah.. segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat-Nya sehingga saya ahirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi saya. Persembahan tugas akhir dan ucapan terimakasih ini saya persembahkan kepada:

1. Diri saya sendiri. Karena telah bertahan sejauh ini dan menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelum-sebelumnya.
2. Kedua orang tua saya, yang terus mendukung saya baik secara mental maupun finansial dan selalu memberikan yang terbaik untuk saya.,
3. Kakak-kakak saya
4. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, LC., M.E.I dan Ibu Nilna Fauza M.HI selaku dosen pembimbing satu dan dua
5. Pihak UD. Barokah.
6. Teman saya yang telah banyak membantu dalam menemani mengerjakan skripsi ini.
7. Teman- teman *Squad Night Independent* yang sama-sama berjuang semasa kuliah

ABSTRAK

ADAM FALLA AZIZI, Dosen Pembimbing, Dr.H. AHMAD SYAKUR LC., M.E.I dan NILNA FAUZA M.HI. *Analisis Strategi Pemasaran Genteng di Tengah Persaingan Produk Atap Rumah Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD.Barokah di Dusun Tondomulyo, Desa Gadungan, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri).* Ekonomi Syariah 2021

Kata Kunci: Strategi Penjualan, Marketing Syariah

Perkembangan teknologi memiliki berdampak ke berbagai sektor produksi yang ada termasuk produksi produk atap rumah. Berkembangnya jenis atap rumah baru yang beraneka ragam juga mempengaruhi produksi genteng di Dusun Tondomulyo, Gadungan, Puncu. Hal ini berdampak pada UD.Barokah yang merupakan salah satu penjual genteng yang sudah lebih dari 30 tahun beroperasi. Permintaan pasar yang tidak stabil dan tidak seperti beberapa tahun sebelumnya menjadi salah satu dampak persaingan jenis atap rumah ini.

Peneliti yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Genteng di Tengah Persaingan Produk Atap Rumah Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD.Barokah di Dusun Tondomulyo, Desa Gadungan, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri) ini menggunakan metode kualitatif. penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data seperti:observasi, wawancara, dokumentasi dan subjek penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UD.Barokah memiliki beberapa strategi dalam penjualan genteng seperti penjualan dengan tatap muka, penjualan melalui tukang bangunan sebagai makelar dan penjualan melalui media sosial. Selain itu di UD.Barokah terdapat fasilitas seperti pengiriman yang cepat dan aman, kemudahan transaksi, ketersediaan stock dan tanggung jawab. Dalam melakukan penjualan di UD.Barokah tidak bertentangan dengan syariat Islam seperti menipu, suap dan tidak jujur. Sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW dan karakteristik marketing syariah seperti theitis (*rabbaniyyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*alwaqiah*) dan humanitis (*al-insaniyyah*)

KATA PENGANTAR

Bismillahirohmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta inayah-Nya kepada kita semua, khusunya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN GENTENG DI TENGAH PERSAINGAN PRODUK ATAP RUMAH PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH (STUDI KASUS UD. BAROKAH DI DUSUN TONDOMULYO DESA GADUNGAN KECAMATAN PUNCU KABUPATEN KEDIRI)**”. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah yaitu agama islam.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mengalami kesulitan. Namun dengan ketekunan, kesabaran dan doa yang tulus akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M, selaku Rektor IAIN Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslihin, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
3. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., M.M serta Ibu Dr. Andriani S.R., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
4. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah beserta staff dan jajarannya
5. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur dan Nilna Fauza M.HI selaku dosen pembimbing
6. Orang tua dan teman-teman yang telah memberikan banyak dukungan

Atas segala doa, jasa dan budinya penulis tidak bisa memberikan balasan dan semoga segala kebaikan dibalas kebaikan lain oleh Allah SWT. penulis sadar bahwa skripsi ini memiliki banyak kurangnya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Kediri, 1 November 2021

ADAM FALLA AZIZI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Telaah Pustaka	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Penjualan	
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Pengertian Strategi Penjualan.....	13
3. Jenis-jenis Strategi Penjualan.....	14
4. Konsep Strategi Penjualan.....	16
5. Konsep Strategi Penjualan dalam Islam.....	17
6. Syarat dan Rukun Penjualan	20
B. Persaingan Produk	
1. Pengertian Produk	23

2. Pengertian Persaingan Produk.....	23
3. Konsep Persaingan Produk	25
4. Unsur Strategi Persaingan.....	26
5. Persaingan Produk (Bisnis) Islam	28
C. Marketing Syariah	
1. Pengertian Marketing Syariah.....	29
2. Karakteristik Marketing Syariah	30
D. Atap Rumah	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Jenis Penelitian	36
B. Kehadiran Peneliti	37
C. Lokasi Penelitian	37
D. Sumber Data.....	38
E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Analisis Data.....	41
G. Pengecekan Keabsahan Data	43
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	44

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Paparan Data.....	49
C. Temuan Penelitian	57

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi penjualan genteng di tengah persaingan produk atap rumah UD. Barokah, Dusun Tondomulyo, Desa Gadungan, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri	60
B. Strategi penjualan genteng di tengah persaingan produk atap rumah prespektif marketing syariah UD. Barokah, Dusun Tondomulyo, Desa Gadungan, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri.....	65

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pekerjaan Warga Desa Gadungan, Kecamatan Puncu	3
Tabel 1.2	Penjualan Genteng UD.Barokah	4
Tabel 1.3	Jumlah Pengrajin Di Dusun Tondomulyo.....	6
Tabel 2.1	jenis Atap Rumah	35
Tabel 5.1	Penjualan Genteng UD.Barokah	73

DATAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Surat Penelitian UD.Barakah.....
Lampiran 3	Dokumentasi
Lampiran 4	Surat Konsultasi Dosen Pembimbing 1.....
Lampiran 5	Surat Konsultasi Dosen Pembimbing 2.....
Lampiran 6	Surat Izin Penelitian