

**PEMASARAN BISNIS DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH DAN
ETIKA BISNIS ISLAM**

(STUDI DI SAMARA *GROUP STORE* KABUPATEN MADIUN)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister

Dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Penyusun :

YULIA HALIMATUS SA'DIYAH

NIM. 92501020008

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI**

2022

**PEMASARAN BISNIS DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH DAN
ETIKA BISNIS ISLAM**

(STUDI DI SAMARA *GROUP STORE* KABUPATEN MADIUN)

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister

Dalam Progam Studi Ekonomi Syariah

Penyusun :

YULIA HALIMATUS SA'DIYAH

NIM. 92501020008

Pembimbing :

Dr. Jamaludin Acmad Kholik,MA,

Dr. Ahmad Syakur, M. EI

PROGRAM PASCASARJANA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) KEDIRI

2022

PERSETUJUAN

Tesis ini telah disetujui untuk diajukan pada ujian tesis
Pascasarjana IAIN Kediri.

Dosen Pembimbing

Dr. Jamaludin Acmad Kholik, Lc., MA

NIP. 19750913 200801 1 014

1.

Dr. Ahmad Syakur, Lc., M. EI

NIP. 19760708 200604 1 004

2.

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis dengan judul “**PEMASARAN BISNIS DITINJAU DARI MARKETING SYARIAH DAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI DI SAMARA *GROUP STORE* KABUPATEN MADIUN)**” ini telah diuji dan setelah diperbaiki sebagaimana mestinya dapat disahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi (ME) Pascasarjana IAIN Kediri pada tanggal 24 Oktober 2022.

Tim Penguji :

1. Dr. Zayad Abd. Rahman, S.Ag, M.H.I.
NIP 19731216 200501 1 002 (Ketua) ...
2. Dr. Andriani, M.M.
NIP 19730113 200312 2 001 (Penguji Utama) ...
3. Dr. Jamaludin Achmad Kholik, Lc.
NIP 19750913 200801 1 014 (Penguji 1) ...
4. Dr. Ahmad Syakur, Lc., M.El.
NIP 19760708 200604 1 004 (Penguji 2) ...

Kediri, 24 Oktober 2022
Mengetahui
Direktur,

Prof. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M. Ag
NIP 19750613 200312 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Yulia Halimatus Sa'diyah

NIM : 92501020008

Progam Studi : Ekonomi Syariah (ES)

Judul Penelitian : **PEMASARAN BISNIS DITINJAU DARI
MARKETING SYARIAH DAN ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI DI
SAMARA GROUP STORE KABUPATEN MADIUN)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari ternyata hasil penelitian ini terdapat unsur –unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Kediri, 30 Juni 2022

Hormat Saya,

Yulia Halimatus Sa'diyah

MOTTO

وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا
تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ
رِيحُكُمْ وَاصْبِرُوا ^قإِنَّ اللَّهَ مَعَ
الصَّابِرِينَ ^ج

“Dan taatilah Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berselisih, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan kekuatanmu hilang dan bersabarlah. Sungguh, Allah beserta orang-orang sabar.”

(Q.S AL-ANFAL :46)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kaehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan tesis. Hasil penulisan tesis ini penulis persembahkan kepada :

1. Dr. Jamaludin A. Khalik, LC., MA. dan Dr. Ahmad Syakur, M. EI selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan
2. Untuk Bapakku Kasni, M. Shoim S.Pd, serta Ibuku Sulastri, Sity Badi'ah, S.Ag yang selalu memberikan kasih sayangnya yang tidak terhingga, juga dukungan serta doa dan menjadi motivasi dalam kehidupanku
3. Suamiku tercinta Muhammad Nur Khozin, S.Pd yang selalu sabar menemani, memotivasi saya untuk terus maju dan berjuang demi masa depan. Dan putraku tersayang Muhammad Yazid Al Mubarak. yang masih umur 6 bulan yang selalu menemani, menghibur, dan memahami setiap keadaan umanya
4. Bapak Ibu dosen Pascasarja yang sudah memberikan ilmunya dan staff akademik yang selalu membantu bagian administrasi dari awal hingga akhir
5. Saudara-saudaraku dan keluarga yang telah memberi dukungan dan membantu segala prosesku selama ini.
6. Sahabat-sahabatku yang telah banyak membantu dan tidak pernah bosan dalam memberikan semangat, motivasi dan selalu ada sebagai tempat mencurahkan segala rasa.
7. Almamaterku tercinta Pascasarjana IAIN Kediri khususnya angkatan tahun 2020 prodi pascasarjana ekonomi syariah dalam grup WA “Dulur S2” yang setia berjuang bersama dalam suka maupun duka.

ABSTRAK

YULIA HALIMATUS SA'DIYAH, Dosen Pembimbing: Dr. Jamaluddin Acmad Kholik, MA dan Dr. Ahmad Syakur, Lc., M. E, Pemasaran Bisnis Ditinjau Dari Marketing Syariah Dan Etika Bisnis Islam (Studi Di Samara *Group Store* Kabupaten Madiun), Ekonomi Syariah, Syariah, IAIN Kediri, 2022
Kata kunci : Pemasaran Bisnis, Marketing Syariah, Etika Bisnis Islam .

Strategi Marketing erat kaitannya dengan manajemen, apabila strategi marketing di bawah standar maka dapat mempengaruhi kualitas, produk, jasa, produk, jasa, pengelolaan, dan pelayanannya menjadi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka perlu peningkatan dari strategi dengan penerapannya, maka hotel harus memberikan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan syariah Islam sebagaimana tinjauan yang sudah diterapkan yakni etika bisnis islam dan marketing syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik interview, observasi dan dokumentasi sebagai pengumpulan data. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif dengan mengintepretasikannya dalam kalimat sederhana sehingga dapat diambil pengertiannya untuk mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Untuk uji validitas data peneliti menggunakan dua jenis metode triangulasi dalam mendukung pengukuran tingkat keabsahan data yang diperoleh, triangulasi teknik dan triangulasi sumber.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Samara *Group Store* Kabupaten Madiun belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai syariat dan kriteria-kriteria dalam Etika Bisnis Islam . Bila di lihat dari tinjauan Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah, mereka juga belum memaksimalkan, sarana prasarana dalam tempat kualitas pelayanan. Tetapi kelebihan dalam menjalankan bisnisnya menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dan penerapan marketing syariah sudah diyakini segala aspek yang memberikan dampak positif sehingga sudah terpenuhi untuk memberikan pelayanan bisnis agar pelanggan memperoleh kepuasan konsumen.

Dikatakan sudah sesuai karena anggota arisan membayar dengan rutin dan ini sesuai dengan pendapat mayoritas ulama *fiqh* yang mengatakan bahwa hutang itu tanpa penangguhan. Anggota yang telat membayar dikatakan belum sesuai dengan Hukum Islam karena mayoritas ulama *fiqh* tidak memperbolehkan adanya penangguhan hutang. Akan tetapi Imam Maliki membolehkan penundaan pembayaran, jika ada anggota arisan yang minta waktu penundaan hal itu diperbolehkan dan admin tidak boleh menagih sebelum waktunya tiba. Sedangkan penggantian barang di *reseller* Al-Ahla ada yang sudah sesuai Hukum Islam dan ada yang belum sesuai. Yang mau membayar kekurangan dianggap sudah sesuai karena para ulama mewajibkan mengembalikan harta semisal. Dan belum sesuai karena anggota ada yang tidak membayar kekurangan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kaehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Produk Al-Qolam Di Reseller Al-Ahla Jombang”.

Penulis menyadari bahwa selama penulisan tesis ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materiil sehingga penulisan skripsi ini selesai, penulis mengucapkan terima kasih kepada:”

1. Prof. Dr. Moh Asror Yusuf, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana IAIN Kediri yang telah memimpin dan memberikan kebijakan yang terbaik.
2. Dr. Jamaludin A. Khalik, LC., MA. dan Dr. Ahmad Syakur, M. EI selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan.
3. Orang Tua, suami, dan keluarga, yang telah menyayangi, memberikan semangat dan motivasi serta doa yang tiada henti kepada penulis.
4. Teman-teman yang telah membantu kelancaran studi serta penyelesaian tesis ini

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada beliau semua atas bantuan dan jasanya yang diberikan kepada penulis. Dengan adanya penulisan tesis ini penulis berharap bisa mewujudkan apa yang menjadi maksud dan tujuan dari penyajian tesis ini.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata, maka dari itu penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini ada kesalahan, kekurangan dan kekhilafan. Untuk itu sebagai harapan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi adalah saran dan kritik yang kronstruktif dari berbagai pihak.

Akhirnya, dengan mengucapkan Alhamdulillah semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Persetujuan	ii
Pernyataan Keaslian Tesis	iii
Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Penelitian Terdahulu	9
F. Sistematika Pembahasan	11

BAB II KERANGKA TEORI

A. Konsep Strategi Pemasaran	14
1. Pengetian Strategi.....	14
2. Pengertian Pemasaran	15
3. Pengertian Strategi Pemasaran	16
4. Macam-Macam Strategi Pemasaran	21
B. Etika Bisnis Islam.....	22
1. Pengetian Etika	22
2. Pengertian Etika Bisnis	24
3. Pengetian Etika Bisnis Islam	25
4. Aktivitas dan Etika Bisnis Islam	27
C. Karakter Pemasaran Syariah.....	35

D. Etika Pemasaran Dalam Bisnis Islam	41
E. Reseller	43
F. Pengertian Arisan	46
G. Qard	47
1. Pengertian Qard.....	47
2. Dasar Hukum Qard.....	51
3. Rukun dan Syarat Qard.....	53
4. Hikmah Qard.....	58

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	59
B. Pendekatan Penelitian	59
C. Kehadiran Peneliti	59
D. Lokasi Penelitian	60
E. Data dan Sumber Data	60
F. Teknik Pengumpulan Data	62
G. Analisis Data	63
H. Pengecekan Keabsahan Data	64
I. Tahapan-Tahapan Penelitian	65

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. DESKRIPSI DATA	66
1. Gambaran umum produk Al Qolam.....	66
2. Profil Reseller Al-Ahla Jombang	69
B. ANALISIS PENELITIAN	72
1. Strategi pemasaran bisnis reseller produk Al-Qolam	72
2. Etika bisnis islam reseller dalam pemasaran produk Al-Qolam	85
3. Meminimalisir resiko kerugian dalam pemasaran produk Al-Qolam.....	91

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	