

**STRATEGI PEMASARAN TOKO MADURA DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Toko Madura Siti Asnafiyah Mojokerto)**

SKRIPSI

Oleh

ACHMAD FAUZAN

NIM : 08030421095



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UINVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN

Saya, Achmad Fauzan, 08040321095, menyatakan bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 13 Desember 2024



Achmad Fauzan
NIM. 08040321095

Surabaya, 13 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mazro'atus Sa'adah', written in a cursive style.

Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN TOKO MADURA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Toko Madura Siti Asnafiyah Mojokerto)

Oleh
ACHMAD FAUZAN
NIM: 08030421095

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 7 Januari 2025 dan
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Mazro'atus Sa'adah, M. Ag
NIP. 197708272005012002
(Penguji 1)
2. Dr. H. M. Lathoif Ghozali, Lc.,MA.
NIP. 197511032005011005
(Penguji 2)
3. Masadah,MHI
NIP. 197812052006042003
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihini, S.E.I.
M.E.
NIP. 199401052023211020
(Penguji 4)

Tanda Tangan

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 21 April 2025



Dekan,

Dr. Surajul Arifin, S. Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achmad Fauzan
NIM : 08030421095
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : fauzennachmad@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**Strategi Pemasaran Toko Madura Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis
Prespektif Etika Bisnis Islam**

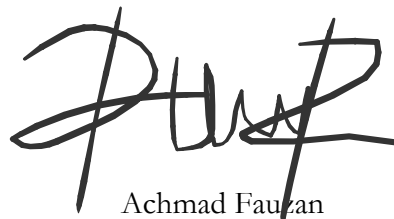
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Juni, 2025

Penulis



Achmad Fauzan

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Madura Siti Asnafiyah dalam meningkatkan jumlah konsumen, memperkenalkan merek, dan bersaing di pasar lokal yang semakin kompetitif. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menggali dampak penerapan strategi pemasaran berbasis etika bisnis Islam terhadap keberhasilan toko dalam menghadapi persaingan.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pengelola toko, observasi langsung, dan pengumpulan data pendukung dari lingkungan sekitar. Pendekatan ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi strategi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Madura Siti Asnafiyah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif dengan menekankan empat elemen utama: produk, harga, promosi, dan distribusi. Toko ini menawarkan produk yang beragam dengan harga bersaing, promosi yang inovatif, serta distribusi yang tepat sasaran. Selain itu, toko ini memperkuat posisi kompetitifnya dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan persaingan sehat. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan jumlah konsumen, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap merek toko.

Penelitian ini merekomendasikan pengusaha untuk memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam dan memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan transparan. Penerapan prinsip etika bisnis dalam pengadaan barang, penetapan harga, dan promosi dinilai penting untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, toko disarankan untuk terus berinovasi melalui diferensiasi produk, pemanfaatan teknologi digital, dan evaluasi strategi secara berkala guna menjaga relevansi dan daya saing di tengah pasar yang dinamis.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Toko Madura, Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

This study analyzes the marketing strategies implemented by Toko Madura Siti Asnafiyah to increase its customer base and enhance brand recognition in the market. The primary focus is to explore the impact of applying marketing strategies based on Islamic business ethics on the store's success in facing local market competition.

The research employs a qualitative data analysis method through interviews with the store's management and direct field observations. This approach aims to gain an in-depth understanding of the marketing strategies implemented by the store.

The findings reveal that Toko Madura Siti Asnafiyah successfully applies effective marketing strategies by emphasizing four key elements: product, price, promotion, and distribution. The store also strengthens its competitive position by adhering to honesty, fairness, responsibility, and healthy competition, aligning with Islamic business ethics principles.

The application of these strategies has proven to increase the number of customers and enhance brand recognition within the surrounding community.

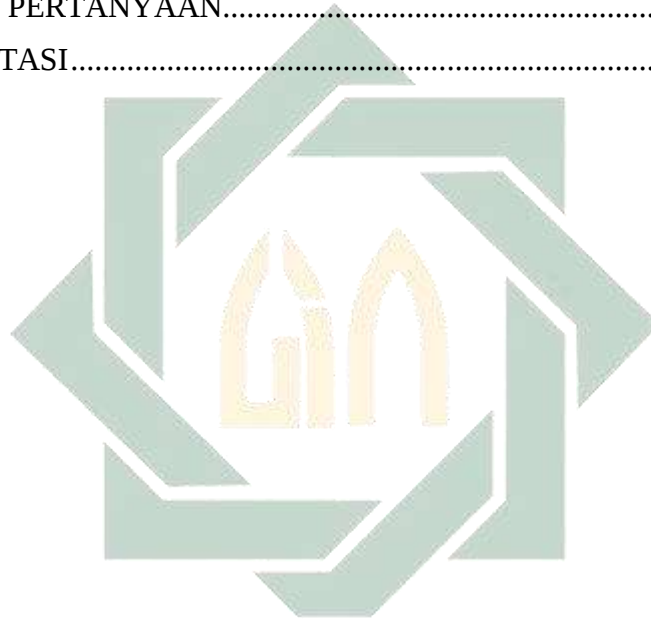
The study recommends that entrepreneurs prioritize understanding customer needs while offering friendly, prompt, and transparent service. Adopting ethical principles in procurement, pricing, and promotion will build customer trust. Furthermore, product differentiation, technology utilization, and regular strategy evaluations can help the store remain competitive and relevant amidst intense competition.

Keywords: Marketing Strategy, Madura Store, Business Competition, Islamic Business Ethics

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
KATAPENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Strategi Pemasaran.....	10
2.2 Etika Bisnis Islam	20
2.3 Persaingan Bisnis.....	32
2.4 Penelitian Terdahulu	35
2.5 Kerangka Berfikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Tempat Penelitian	40
3.3 Data dan Instrumen.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Toko Madura Siti Asnafiyah.....	47
4.2 Strategi Pemasaran Toko Madura Siti Asnafiyah.....	48
4.3 Cara Toko Madura Siti Asnafiyah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis	56

4.4 Implementasi Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Toko Madura Siti Asnafiyah	57
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN SURAT IZIN PENELITIAN	75
BIODATA PENELITI.....	76
LAMPIRAN PERTANYAAN.....	77
DOKUMENTASI.....	82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, N. (2022). Strategi Bisnis dan Etos kerja Toko Sembako Madura dalam perspektif ekonomi syariah Business. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(9), 633–638. <https://doi.org/10.56338/jks.v5i9.2779>
- Aldo, M., Sulistiani, R., & Renfiana, L. (2023). Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sate Madura (Studi Pada warung sate Madura Cak Budi dijalan Imam Bonjol Kota Metro). *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)*, 1(4), 397–411.
- Anti Khusnawati, M., Sari, I. F., Rifai, M. F., & Samudra, R. H. (2022). Praktik Jual Beli di Destinasi Wisata: Sebuah Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Antologi Hukum*, 2(2), 205–221. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v2i2.1341>
- Ardiansyah, M. (2023). Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Bisnis Ritel Tradisional: Peluang Dan Tantangan. *J-Mabisya*, 4(1), 1–8.
- Aristawidia, I. B. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Emina. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.352>
- Azizah, M. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.344>
- Bakir, M. (2024). *Komunikasi pribadi*. 7 Desember.
- Basya, Maziya Mazza; Latif, S. S. (2024). Analisis Optimalisasi Strategi Pemasaran Home Industry Kerupuk Desa Punggul Sidoarjo. *Manova*, 7, 83–100.
- Desiana, R., & Afrianty, N. (2017). Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 119–135.
- Eka, M., Aulia, A., & Basya, M. M. (2025). *Analisis Inovasi Produk Dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Permen Asam Manis Bundang's*. 8(1), 60–68.
- Feny Rita Fiantika, Wasil, M., & Jumiya, S. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Ghafur, A. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 1–21.
- Haqee-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*.
- Heri, I. A., & Septiana, A. (2024). *Strategi Penjualan Pada Warung Madura (Studi Kasus Pada Warung Madura Di Kab. Bangkalan)*. 9(14), 182–190.
- Ibad, S., Arifin, R., & Priyono, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada jasa transportasi CV King Tour and Travel). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 167–179.
- Kementerian Agama RI, A.-Q. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Lubis, A. F., Anggraini, A. maria T., Toha, K., Kagramanto, L. B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.
- Malahayatie. (2022). *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*.
- Muis, B. (2021). Etika Bisnis Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 5(1), 32–44. <https://doi.org/10.52266/tadjid.v5i1.628>
- Nawatmi, S. (2022). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Khazanah Ulum Ekonomi Syariah (JKUES)*, 9(1), 50–58. <https://doi.org/10.56184/jkues.v5i2.133>
- Niar, H., Dewi, P. P. R. A., Kustina, K. T., & Agusthina, V. N. S. L. (2023). *Etika Bisnis (Dinamika Persaingan Usaha)* (Issue 112).
- Nisa, F. L. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Sharia Compliance dan Social Impact Pada Homestay Syariah di Gayungan Surabaya. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 11(1), 60–81. <https://doi.org/10.15642/elqist.2021.11.1.60-81>
- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 1, h. 5.
- Pasaribu, L. M. R. (2019). *Analisis Prinsip Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)*.
- Rahmawati, L., Sholikhah, F., Muslimah, H., Amalia, I. R., & Maghfiroh, L. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Asuransi Syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Surabaya. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 30–43. <https://doi.org/10.33650/profit.v5i2.3201>
- Riyoko, S. (2020). *Dasar Dasar Pemasaran* (Issue 112).
- Rizani, A., Norrahman, R. A., Harsono, I., Yahya, A. S., & Syifa, D. M. (2023). Efek Inflasi terhadap Daya Beli Masyarakat pada Tinjauan Ekonomi Makro. *Journal Of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 344–358.
- Rizki, M. (2024). *Komunikasi pribadi*. 4 Desember.
- Romadhoni, M. A., Rohman, A., & Madura, U. T. (2024). *Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*

- (Studi Kasus Pada Bisnis Umkm Yayasan Darunnajah Kamal Bangkalan). 2(6).
- S, A. S. K., & Kusumah, R. N. (2024). Strategi Persaingan Harga dan Kualitas Upaya Dalam Peningkatan Omzet Di Toko Shaqueena Big Size Collection. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(4), 125–130.
- Sobarna, N. (2021). Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam Menurut Taqiyuddin An-Nabhani. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 109. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/ecoiqtishodi.v2i2.540>
- Sri Lestari, P., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 220–232. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154.
- Widiyanto, S. B. A., Sutikno, B., & Subagio, D. P. W. (2024). Analisis Kewirausahaan Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Komunitas Toko Madura Study Kasus Di Kota Pasuruan. 8(3), 0–4.
- Widiyastuti, A., & Ningtyassari, S. A. V. (2023). Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi. *Aktiva Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(4), 9–16.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A