

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA *HOME
INDUSTRY* TEMPE “LAWANG MALANG” KOTA
SURABAYA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Oleh:

HENI RACHMAWATI

NIM: 08040420126



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

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

2023

PERNYATAAN

Saya, Heni Rachmawati, 08040420126, 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 nama dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 22 November 2023



Heni Rachmawati

NIM. 08040420126

Surabaya, 11 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'I' followed by a smaller, more complex flourish.

Dr. Imroatul Azizah, M.Ag

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA *HOME INDUSTRY* TEMPE “LAWANG MALANG” KOTA SURABAYA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:
Heni Rachmawati
NIM. 08040420126

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 3 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Hj. Imroatul Azizah, M.Ag
NIP. 197308112005012003
(Penguji 1)
2. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji 2)
3. Mochammad Andre Agustianto, Lc., M.H
NIP. 199008112019031007
(Penguji 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.
NIP. 199301092020122028
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 10 Januari 2024



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



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Henri Rachmawati
NIM : 08040420126
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : henirchm1234@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Strategi Pemasaran pada Home Industry Tempe "Lawang Malang" Kota Surabaya
Perspektif 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, 24 Januari 2024

Penulis

(Henri Rachmawati)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Ada banyak pebisnis yang hanya fokus mencari keuntungan lupa akan melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam. Apakah hal itu juga dilakukan pada *Home Industry* Tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik bisnis dan strategi pemasaran pada *home industry* tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya perspektif Etika Bisnis Islam khususnya dari segi produksi dan pemasaran.

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik observasi non partisipan, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap 1 pemilik, 2 karyawan produksi dan 3 pelanggan. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Praktik bisnis pada *home industry* tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya dilihat dari segi produksi dan pemasaran. Dari segi produksi menggunakan bahan baku 100% asli kedelai tanpa campuran, peralatan modern yang bersih, tempat dan proses produksi terjaga kebersihannya. Sedangkan pemasarannya produk dijual di pasar tradisional, depot/rumah makan, dan penjual sayur keliling. Keuntungan yang diperoleh per hari sebesar Rp 700.000, dalam sebulan keuntungan mencapai sebesar Rp 21.000.000; 2. Strategi pemasaran *Home industry* menggunakan 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*) dan sudah sesuai dengan 5 prinsip Etika Bisnis Islam. Prinsip Kesatuan/Tauhid dibuktikan dengan bahan baku yang digunakan tidak menyalahi aturan produksi Islam; prinsip keseimbangan dibuktikan dengan *home industry* menetapkan harga sesuai mekanisme pasar standar; prinsip kehendak bebas dibuktikan dengan tidak ada unsur paksaan dalam transaksi; prinsip tanggung jawab dibuktikan dengan tidak pernah menyembunyikan kecacatan produk; dan prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran dibuktikan dengan selalu jujur memberikan informasi apa adanya kepada pelanggan.

Home Industry harus mempertahankan strategi pemasaran yang dilakukan dari segi produk dan pelayanan yang diberikan agar penjualan semakin meningkat. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk menganalisis lebih dalam terhadap faktor tertentu yang belum dijelaskan dalam penelitian terkait strategi pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Praktik Bisnis, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

There are many business people who only focus on making profits and forget to carry out marketing strategies that comply with Islamic Business Ethics. Is this also done in the Tempe *Home Industry* "Lawang Malang" Surabaya City? Therefore, the aim of this research is to determine business practices and marketing strategies in the tempe *home industry* "Lawang Malang" Surabaya City from the perspective of Islamic Business Ethics, especially in terms of production and marketing.

The type of research used is field research using descriptive qualitative methods. The data collection techniques used were non-participant observation techniques, semi-structured interviews and documentation. Interviews were conducted with 1 owner, 2 production employees and 3 customers. Data analysis was carried out by data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the research show that: 1. Business practices in the "Lawang Malang" tempe *home industry* in Surabaya City are seen from a production and marketing perspective, in terms of production, it uses 100% original soybean raw materials without any mixtures, clean modern equipment, the production place and process are kept clean. While the product is sold in traditional markets, depots/restaurants, and mobile vegetable sellers. The profit earned per day is IDR 700,000, in a month the profit reaches IDR 21.000.000; 2. The *Home Industry* marketing strategy uses 7Ps, namely *product, price, place/distribution channel, promotion, people, process, physical evidence* and is in accordance with 5 principles of Islamic Business Ethics. The principle of Unity/Tawhid is proven by the raw materials used that do not violate Islamic production rules; the principle of balance is proven by the home industry setting prices according to standard market mechanisms; the principle of free will is proven by the absence of an element of coercion in transactions; the principle of responsibility is proven by never hiding product defects; and the principles of truth, virtue and honesty are proven by always honestly providing information as it is to customers.

Home Industry must maintain marketing strategies in terms of products and services provided so that sales increase. Future researchers are advised to analyze more deeply certain factors that have not been explained in research related to marketing strategy.

Keywords: *Marketing Strategy, Business Practices, Islamic Business Ethics*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
PERNYATAAN.....	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Pembahasan	9
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Tinjauan Teoritis	12
2.1.1 Etika Bisnis Islam.....	12
2.1.2 Strategi Pemasaran	23
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konseptual	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Tempat atau lokasi penelitian.....	38
3.3 Definisi Operasional.....	38
3.4 Jenis dan Sumber Data	40
3.5 Teknik pengumpulan data	40

3.6 Teknik analisis data.....	42
BAB IV	45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Profil <i>Home Industry</i> Tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya.....	45
4.3 Praktik Bisnis <i>Home Industry</i> Tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya	48
4.4 Analisis Strategi Pemasaran Pada <i>Home Industry</i> Tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya Perspektif Etika Bisnis Islam	65
BAB V	80
PENUTUP	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
PEDOMAN WAWANCARA.....	85
DOKUMENTASI PENELITIAN	87
BIODATA.....	91

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4. 1 Biaya Peralatan <i>Home Industry</i> Tempe “Lawang Malang” Kota Surabaya	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	47
Gambar 4. 2 Bahan Baku Pembuatan Tempe	53
Gambar 4. 3 Tempat Produksi Tempe	54
Gambar 4. 4 Proses Pembuatan Tempe.....	55



DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, U. L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pt Rancang Persada Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Afrizal, R. (2017). Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Aini, S. N., Romaisyah, L., & Agustin, R. (2023). Analisis Digital Marketing Mix pada Akun Mikhayla_Shop Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 13(2), 144-157.
- Alwi, M. M. (2020). Tafsir Ahkam di Indonesia. *Tesis*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.
- Amalia, F. (2013). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil, (95), 116-125.
- Aprianti, M. (2019). Peranan Sektor Industri Kecil Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran di Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar
- Arafah, M. (2022). *Etika Pelaku Bisnis Islam*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Arif, M., Harahap, M. I., & Harahap, V. R. (2023). Analisis Penerapan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Pada Perusahaan Properti Syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1 (2), 78-94.
- Arifiani, A. (2020). Penerapan Aksioma Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Perhotelan dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Kasus Hotel Radho Syariah). *Skripsi*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Baiturrochmah, W. Q. (2019). Tinjauan Etka Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tempe di Dusun Manyur Desa Crabak Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Badroen, F. (2015). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.
- Dinatha, B. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Florist Di Kauman 15 Polos Kota Metro). *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Metro
- Djakfar, M. (2012). Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: Penebar Plus.

- Elfat, F. (2018). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Koperasi 212 Mart. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Farma, J., & Kesuma, I. (2022). Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Perilaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 4 (2), 125-138.
- Husain, M. S. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Cabai Tidak Layak Konsumsi (BS) (Studi Kasus Toko Cabai Pak Banjar Pasar Kota Metro Pusat. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Metro.
- Iqbar, M. F., Ramadhani, N., & Hasan, Z. (2023). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Proses Pembuatan Tempe di Desa Resam Lapis. *Jurnal Indragiri*, 3(2), 16-25.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Khotimah, M. K. (2019). Implementasi Prinsip Produksi Ekonomi Islam pada Mebel Ira Bersaudara. *Jurnal Al-Intaj*, 5 (1), 1.
- Muis, B. (2021). Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan*, 5 (1).
- Khayati, I. (2022). Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal Koperasi dan Manajemen*, 12-19.
- Mauliddhiyah, A. Y. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Industri Fashion Halal Berdasarkan Analisis Swot pada UMKM Brand Hijab Koalako Fashion.Id Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Nurhayati, A. (2022). Produksi Tempe Kedelai di Kota Tembilahan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Agama Islam Auliaurasyidin Tembilahan. Riau.
- Pambudi, A. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Syariah 7P Pada Home Industry Ikan Bandeng Presto Berbasis Orange Economy (Studi Home Industry Bandeng Duri Lunak Kencana di Karang Ayu Kota Surabaya). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Purnama, M. I. (2019). Peran Etika Bisnis Islam pada Industri Rumahan Sebagai Pedoman Usaha. *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 4 (1), 53-64.
- Puspitasari, I. (2019). Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang). *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3 (1).

- Riskawati. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Cilellang Desa Patalassang. *Skripsi*. Universitas Islam Ahmad Dahlan (UIAD) Sinjai. Sinjai.
- Sari, D. H. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kabupaten Tuban. *Jurnal Ilmiah*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Siyoto, S., Kes, M., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suminartini, S. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3 (3), 226-237.
- Susanti, E. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Mebel di CV. Jati Karya Palembang. *Skripsi*. UIN Raden Fatah. Palembang.
- Tambunan, T. T. (2017). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Taqwatri'esya, K. (2021). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Kakao di Desa Bodag Kecamatan Kabe Kabupaten Madiun. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Tiakoly, K., Wahab, A., & Syaharuddin. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Usaha Pedagang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*, (5) (1).
- Usman, A. (2022). Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Parepare.
- Yusuf, D. M. (2018). Pengelolaan Tempe Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pengusaha Tempe di Kauman Metro Pusat). *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Metro. Metro.
- Zamzam, F. H., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Sleman: Deepublish.