

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN USAHA DI TOKO PUDAK SARI
KELAPA GRESIK DALAM PERSPEKTIF
*SYARIA MARKETING***

SKRIPSI

Oleh
SYNDI GABRIELLA TING
NIM: G94219192



**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, Syndi Gabriella Ting, G94219192, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya, bukan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini juga belum pernah diajukan dalam mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan referensi dengan menyebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran pada pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku 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, 3 Juni 2023



Syndi Gabriella Ting

NIM. G94219192

Surabaya, 12 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abdul Hakim', written over a horizontal line.

Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I

NIP. 197008042005011003

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DI TOKO PUDAK SARI KELAPA GRESIK DALAM PERSPEKTIF *SYARIA MARKETING*

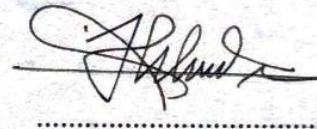
Oleh
Syndi Gabriella Ting
NIM: G94219192

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 22 Juni 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

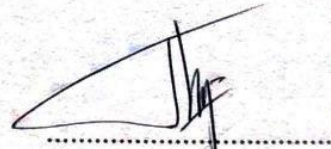
Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.
NIP. 197008042005011003
(Penguji 1)
2. Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 2)
3. Rianto Anugerah Wicaksono, S.T.,M.SEI.
NIP. 198508222019031011
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



.....



.....



.....



.....



22 Juni 2023

Dr. Surajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Syndi Gabriella Ting

NIM : G94219192

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

E-mail address : synditing@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:

“Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Toko Pudak Sari Kelapa Gresik
dalam Perspektif Syaria Marketing”

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 saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Agustus 2023

Penulis

(Syndi Gabriella Ting)
nama terang dan tandatangan

ABSTRAK

Persaingan di dunia perdagangan tidak bisa dihindari oleh setiap pengusaha. Salah satu usaha perdagangan yang banyak ditemui dan dilakukan adalah usaha di bidang kuliner. Banyaknya usaha di bidang kuliner dengan jenis yang sama, menyebabkan semakin ketatnya persaingan usaha. salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner adalah Toko Pudak Sari Kelapa Gresik. Dalam menghadapi persaingan usaha, maka perlu menerapkan suatu strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang baik dalam kegiatan pemasaran menjadi salah satu faktor bagi suatu bisnis bisa bertahan dalam persaingan usaha yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha di Toko Pudak Sari Kelapa Gresik dan bagaimana strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha di Toko Pudak Sari Kelapa Gresik dalam perspektif *syaria marketing*. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh tersebut diolah dengan cara reduksi data, penyajian data, baru kemudian ditarik penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Toko Pudak Sari Kelapa Gresik dalam menghadapi persaingan usaha sesuai dengan strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan, physical evidence*). Strategi yang diterapkan mencerminkan karakteristik *syaria marketing* yang meliputi nilai etis, teitis, dan humanistis

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada Toko Pudak Sari Kelapa Gresik agar bisa lebih aktif dalam melakukan promosi produk. Promosi bisa dilakukan melalui media sosial yang populer di kalangan masyarakat ataupun dengan mengikuti *event* tertentu agar produk lebih dikenal. Promosi juga bisa dilakukan dengan memberikan potongan harga bagi pelanggan atau harga khusus untuk pembelian dalam jumlah tertentu agar bisa lebih menarik minat konsumen.

Kata kunci: strategi pemasaran, persaingan usaha, *syaria marketing*

ABSTRACT

Competition in the world of commerce cannot be avoided by every entrepreneur. One of the trading businesses that is often encountered and carried out is the business in the culinary field. The large number of businesses in the culinary field of the same type has resulted in increasingly intense business competition. one of the businesses engaged in the culinary field is the Pudak Sari Kelapa Gresik Shop. In facing business competition, it is necessary to implement a marketing strategy. A good marketing strategy in marketing activities is one of the factors for a business to survive in intense business competition.

This study aims to answer questions about how the marketing strategy is in dealing with business competition at the Pudak Sari Kelapa Gresik shop and how the marketing strategy is in dealing with business competition at the Pudak Sari Kelapa Gresik shop in the perspective of sharia marketing. In this study using the type of research field research using qualitative methods with a descriptive approach. Data collection techniques are carried out by means of observation, interviews, and documentation. The data obtained is processed by means of data reduction, data presentation, and then conclusions are drawn.

The results of the study show that the marketing strategy implemented by Pudak Sari Kelapa Gresik Store in facing business competition is in accordance with the 7P marketing mix strategy (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence). The strategy implemented reflects the characteristics of Shari'a marketing which includes ethical, ethical, and humanistic values.

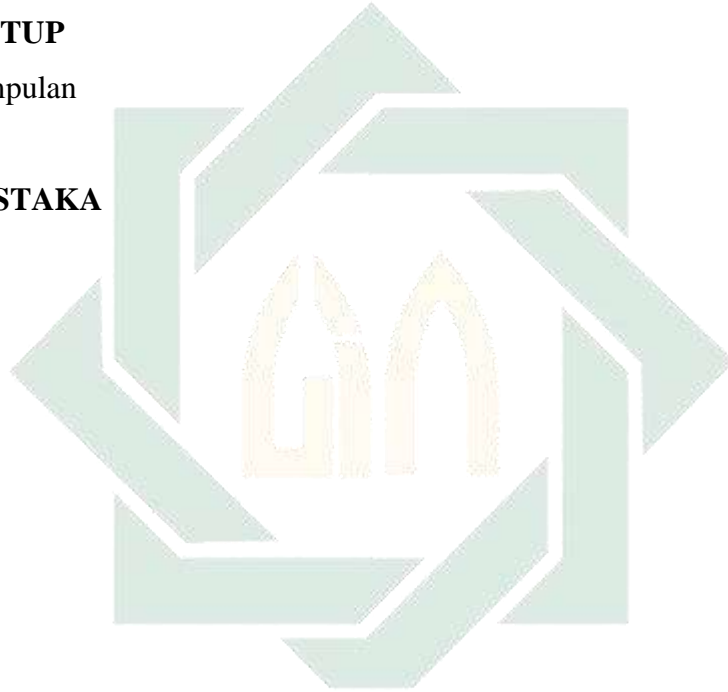
This study provides recommendations for Pudak Sari Kelapa Gresik Stores to be more active in product promotion. Promotion can be done through social media that is popular among the public or by participating in certain events so that the product is better known. Promotions can also be done by providing discounts for customers or special prices for purchases in certain quantities in order to attract more customers.

Kata kunci: marketing strategy, business competition, syaria marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
DECLARATION	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Strategi Pemasaran	13
2.2 Persaingan Usaha	28
2.3 <i>Syaria Marketing</i>	30
2.4 Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Pendekatan Penelitian	43
3.3 Tempat Penelitian	44
3.4 Sumber Data	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Toko Puduk Sari Kelapa Gresik	50
4.2 Strategi Pemasaran Toko Puduk Sari Kelapa Gresik	56
4.3 Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha di Toko Puduk Sari Kelapa Gresik dalam Perspektif <i>Syaria Marketing</i>	70
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

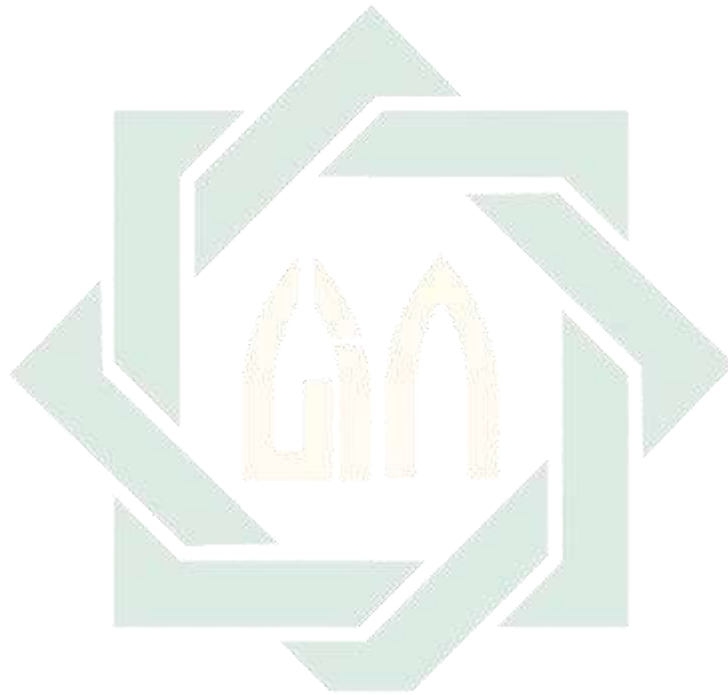
Tabel 1.1	PDB ekonomi kreatif tiga terbanyak tahun 2018-2020	2
Tabel 1.2	Daftar Nama Toko Pesaing Toko Puduk Sari Kelapa Gresik	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1	Daftar Nama Narasumber	46
Tabel 4.1	Perbandingan Harga Puduk di Toko Puduk Sari Kelapa Gresik dengan Pesaing	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Pudak Sari Kelapa Gresik	52



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Pemilik Toko Pudak Sari Kelapa Gresik	80
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Konsumen Toko Pudak Sari Kelapa Gresik	81
Lampiran 3	Transkrip Wawancara dengan Narasumber	82
Lampiran 4	Dokumentasi	90
Lampiran 5	Media Sosial Toko Pudak Sari Kelapa Gresik	94



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Humairaa. (2021). *Apa sih, Strategi Pemasaran itu?* Pustaka Taman Ilmu.
- Junaedi, I. W. R., Firman Syakri Pribadi, Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, Anto, Trinanda, O., Rukun, Wardaya, S., & Aantoso, R. (2022). *Manajemen pemasaran*. Eureka Media Aksara.
- Kemenparekraf. (2020). *Infografis Data Statistik Indikator Makro PParwisata dan Ekonomi Kreatif*.
- Khasanah, B. N. (2019). *Pengaruh Marketing Mix 7P terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hana Fashion dan Collection di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri*. UIN Satu Tulungagung.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. 7). Penerbit Erlangga.
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Deepublish.
- Octavia, D. H. A., Zulfanetty, D. H., & Erida, D. (2017). Pemasaran Strategik Berorientasi Pasar (strategi meningkatkan bisnis UMKM). In *Repository.Unja.Ac.Id*. Salim Media Indonesia. https://repository.unja.ac.id/3962/1/buku_cetak_ade_octavia.pdf
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Putra, N. (2013). *Penelitian Kualitatif IPS*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, P., & Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Rajawali Pers.
- Razak, M., & Alifuddin, M. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. MagnaScript Publishing.
- Riski, M. (2016). *Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kerajinan Songket Fikri Palembang)*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV Sah Media.
- Setiadi, I. O. (2016). *Mengenal Dasar Manajemen*. Cempaka Putih.

Teguh, M. (1999). *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada.

Yatminiwati, M. (2019). *Buku Manajemen Strategik*. 53(9), 1689–1699.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A