

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH UMKM  
KAMPUNG BEBEK DAN TELUR ASIN DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN PEREKONOMIAN PEDAGANG  
DI DESA KEBONSARI CANDI SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Oleh

**RIZKY ARIFIANI**

**08010420031**



**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, Rizky Arifianti, 08010420031, 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. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali 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 saya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 11 Desember 2023



Rizky Arifianti

08010420031

Surabaya, 11 Desember 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several stylized, overlapping loops and lines, positioned above the printed name.

Dr. Sri Wigati, MEI

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH UMKM  
KAMPUNG BEBEK DAN TELUR ASIN DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN PEREKONOMIAN PEDAGANG  
DI DESA KEBONSARI CANDI SIDOARJO**

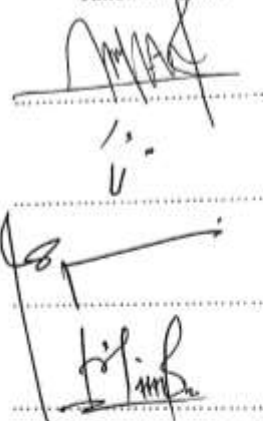
Oleh  
Rizky Arifanti  
Nim : 08010420031

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
Tanggal 28 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Dr. Sri Wigati, M.E.I  
NIP. 197302212009122001  
(Penguji 1)
2. Dr. Siti Musfiqoh, M.E.I.  
NIP. 1976081320006042002  
(Penguji 2)
3. Mochammad Andre Agustianto  
NIP. 199008112019031007  
(Penguji 3)
4. Ismatul Khayati, ME  
NIP. 199010132022032001  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan:**



Surabaya, 28 Desember 2023  
Dekan,



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 0051420000031001



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 : Rizky Arifianti  
NIM : 08010420031  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : rizkyaarifantiii06@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 :

Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pedagang Di Desa Kebonsari Candi Sidoarjo

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, 19 Januari 2024

Penulis

(Rizky Arifianti)

## ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Bebek Dan Telur Asin Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pedagang Di Desa Kebonsari Candi Sidoarjo”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah, strategi dalam meningkatkan produktivitas sumber daya manusia, dan peningkatan kualitas produk pada UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin.

Agar dapat mencapai tujuan tersebut maka perlu adanya metode penelitian. Jenis metode yang digunakan yakni kualitatif dengan jenis data deskriptif dan menggunakan sumber data sekunder dan primer. Kemudian menganalisis dengan menggunakan kondensasi data (*data condensation*), tampilan tata (*display data*), penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan hasil penelitian UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin menunjukkan kesesuaian dengan pemasaran syariah yang sesuai dengan syariat islam, bauran pemasaran 4P dan strategi pemasaran 4.0. Dalam produktivitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan adanya pengecekan, pelatihan dan bimbingan secara rutin dari pemerintah, serta dalam peningkatan kualitas produk telah memenuhi beberapa indikator dalam peningkatan kualitas produk.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai strategi pemasaran syariah dan pengembangan UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin dalam mendorong pelatihan Sumber Daya Manusia agar mampu mengikuti persaingan teknologi yang terus berkembang seiring berjalannya waktu.

Kata Kunci : UMKM, Syariah, Strategi Pemasaran, Kampung Bebek dan Telur Asin

## **ABSTRACT**

Research with the title "Analysis of Sharia Marketing Strategy in Salted Egg and Duck Village Businesses in an Effort to Improve the Economy of Traders in Kebonsari Candi Village, Sidoarjo". This research purpose to determine sharia marketing strategies, strategies for increasing human resource productivity, and improving product quality in the Salted Egg and Duck Village business.

In order to achieve this goal, research methods are needed. The type of method used is qualitative with descriptive data types and uses secondary and primary data sources. Then analyze using data condensation, data display, conclusion drawing/verification.

Based on the research that has been carried out, it can be stated that the results of research on the Salted Egg and Duck Village business show that it is compatible with sharia marketing which is in accordance with Islamic law, the 4P marketing mix and marketing strategy 4.0. In terms of human resource productivity, it is necessary to increase routine checks, training and guidance from the government, as well as improving product quality to meet several indicators for improving product quality.

It is hoped that the results of this research will be able to provide information regarding sharia marketing strategies and the development of the Salted Egg and Duck Village business in encouraging human resource training to be able to keep up with technological competition which continues to develop over time.

**Key words:** Business, Sharia, Marketing Strategy, Salted Egg and Duck Village

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>TRANSLITERASI</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Kerangka Konseptual.....	9
<b>BAB II</b> .....	10
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1 Pemasaran Syariah.....	10
2.2 Pertumbuhan Ekonomi.....	16
2.3 Strategi Pemasaran Syariah dalam Penentuan Promosi Digital .....	20
2.4 Strategi Pemasaran Syariah Dalam Melakukan Peningkatan Kualitas Produk.....	26
2.4 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III</b> .....	34
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36





## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Batas Desa Kebonsari.....	40
Tabel 4.2 Data Pekerjaan Penduduk Desa Kebonsari .....	40
Tabel 4.3 Data Pemilik Usaha UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin .....	42
Tabel 4.4 Data Pemasaran UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin .....	47
Tabel 4.5 Omset Penjualan UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin.....	51
Tabel 4.6 Jenis Penggunaan Lahan dan Jenis Ternak Desa Kebonsari .....	54



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

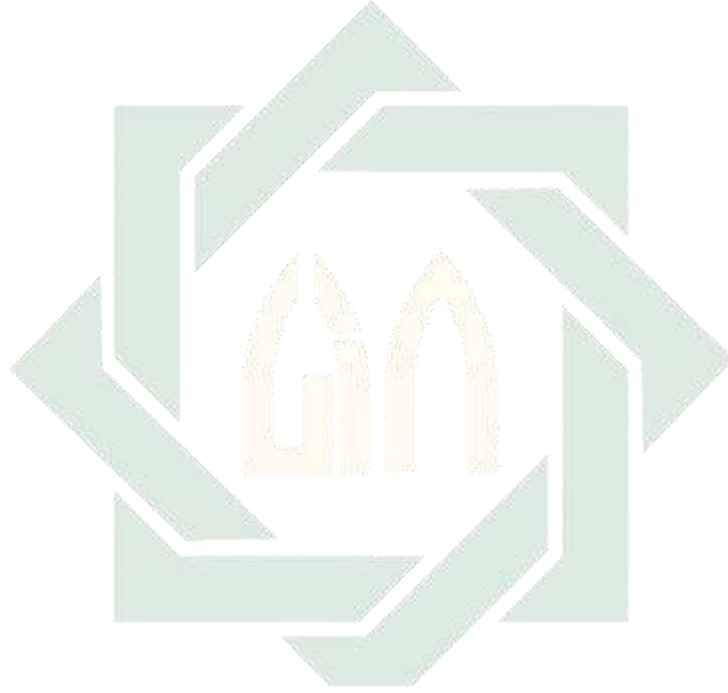
Gambar 1.1 Kerangka Konseptual.....	9
Gambar 4. 1 Peta lokasi penelitian Desa Kebonsari, Candi, Sidoarjo.....	39
Gambar 4.2 Gapura Kampung Bebek dan Telur Asin Desa Kebonsari .....	41
Gambar 4.3 Produksi Telur Asin.....	45
Gambar 4.4 Outlet Penjualan UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin.....	45
Gambar 4.5 Pemasaran UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin .....	46
Gambar 4.6 Pemasaran UMKM Kampung Bebek dan Telur Asin .....	47



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Izin Penelitian .....	70
Lampiran 1.2 Wawancara kepada UMKM.....	71
Lampiran 1.3 Wawancara UMKM.....	95



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



- Haryoko, et al., Sapto. (2015). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik dan Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hasan, Youlanda. (2021). Mengkaji Relevansi Etika Pemasaran Syariah Di Era Marketing Digital. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 1.
- Hasanah, et al., Nuramalia. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hendrayani et al., Eka. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV. Media Sains Indonesia.
- Hilfanisa, Gita. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Pedagang di Pasar Manggeng)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Iskandar, et al. (2018). *Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup Kabupaten Sumbawa Tahun 2018*. Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian Dan Pengembangan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Sumbawa.
- Karimah, Risma & Abdul Ghofar Saifudin. (2022). Analisis Sistem Marketing Syariah Pada Marketing Mix Outlet Whoops Tea Kota Pekalongan. *Saintifika Islamica: Jurnal Kajian Keislaman*, 9.
- Kistari, Fyratika Ayu & Novi Marlina. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.
- Kurniawan, Dhika Amalia & Muhammad Zaenal Abidin. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam* (1st ed.). Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor.
- Kusuma, Dayinta Tiara & Hardi Utomo. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Jurnal Among Makarti*, 13.
- Lubis, Imam & Muhammad Safii. (2018). *Smart Economy Kota Tangerang Selatan*. PT Karya Abadi Mitra Indo.

- Majidah, Siti & Istianah. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P di Era 5.0 Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6, 1.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Maryati & M. Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *E-QIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Murti, Warda & Sri Maya. (2021). *Pengelolaan Sumber Daya Alam* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ningtyas, Ruhbatul A'fiah Diah et al., Ayu. (2022). Strategi Pengembangan Digital Marketing dan Personal Selling Halal Fooddi Kopi Telu Sawah View Pandaan Pasuruan. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*.
- Noor, Zulki Zulkifli. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Petunjuk Praktis Untuk Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi) Tahun 2015*. CV Budi Utama.
- Noviarta, Heni. (2017). *Ekonomi Sumber Daya Alam*. CV. Gemilang.
- Nurhayati, (2023, Mei). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia dalam Peningkatan Ekonomi. *Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Peningkatan Ekonomi*. IAIN kudu repository.
- Paramita, Puspita Dyah & Agus Miftakus Surur. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing Pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *E-Journal Al-Dzahab*, 3.
- Priyono & Marnis. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Zifatama Publisher.
- Pusat Inkubator Bisnis Universitas Padjajaran. (2020). *Modul Dasar Pemasaran Syariah*. Universitas Padjadjaran Pusat Inkubator Bisnis (OoRANGE).
- Putra, Purnama & Wiwik Hasbiyah. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.



- Rahardjo, Daniel Adi Setya. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Rahayu, et al., Dena Puji, (2022). Preferensi Konsumen dan Strategi Pemasaran Telur Asin Desa Kebonsari Sidoarjo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pertanian Agros*, 24, 3.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Rauf, et al., Abdul. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insania.
- Rokhmah Betty Eliya & Yahya Ismail. (2020). Tantangan, Kendala, dan Kesiapan Pemasaran Online UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Sukoharjo. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1.
- Royan, Frans M. (2014). *Judul Bisnis Model Kanvas Distributor*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saefullah, et al., Encep. (2022). *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Eureka Media Aksara.
- Samodra, Rahmad Awang. (2020). *Strategi Pengembangan Pariwisata Kreatif Kampung Bebek dan Telur Asin di Desa Kebonsari Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo*.
- Sanusi Ruchan & Mangarriska Putri. (2022). Pengembangan Wisata Kampung Bebek Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Kebonsari Kec. Candi Kab. Sidoarjo. *Jurnal Abdi Bhayangkara UBHARA Surabaya*, 04.
- Sari, Riska Julia. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital. *Universitas Tanjungpura, Pontianak*.
- Sastya Hendri, et al., Wibowo. (2023). *Teknologi Digital di Era Modern*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Setyani Tri Putri Hertandri & Wasis Gunadi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Raditha Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1.
- Sulaiman, et al. (2023, November). *Wawancara Penulis* [Personal communication].

