

**ANALISIS STRATEGI MARKETING SYARIAH PADA MANAJEMEN
PEMASARAN MALINDO MINIMARKET GRESIK**

SKRIPSI

Oleh
NURUL IHSAN
NIM : G94218212



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

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

2023

PERNYATAAN

Saya, Nurul Ihsan dengan NIM.G94218212, dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya orisinal saya dan sepenuhnya buatan sendiri. Tidak ada bagian dari skripsi ini yang merupakan karya orang lain yang saya klaim sebagai milik saya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak mengandung karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan, kecuali disebutkan secara jelas sebagai referensi dengan menyebutkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sejujur-jujurnya. Jika di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku, termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Surabaya, 30 November 2023

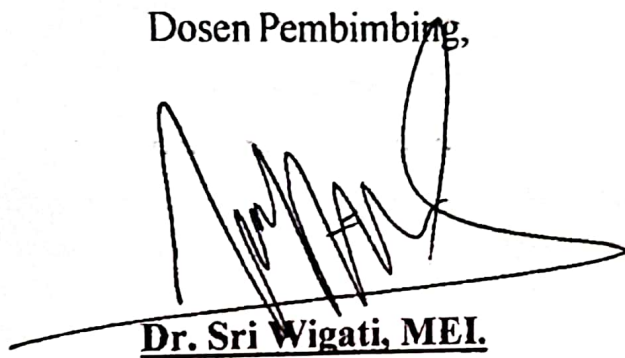
A handwritten signature in black ink is written over a yellow 1000 Rupiah postage stamp. The stamp features a red and orange design with the text 'REPUBLIK INDONESIA' and '1000'. Below the stamp, the text 'METERAI TEMPEL' and the number '03925/LX061030766' are visible.

Nurul Ihsan
NIM.G94218212

Surabaya, 30 November 2023

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Wigati', written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Dr. Sri Wigati, MEI.
NIP: 197302212009122001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI MARKETING SYARIAH PADA MANAJEMEN PEMASARAN MALINDO MINIMARKET GRESIK

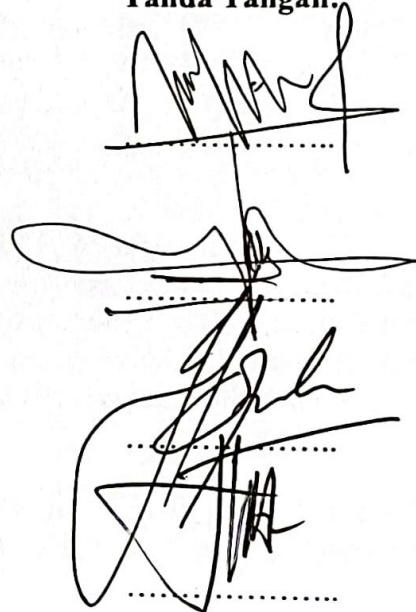
Oleh:
NURUL IHSAN
NIM: G94218212

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 18 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Sri Wigati, MEI
NIP: 197302212009122001
(Penguji 1)
2. Dr. Mustofa, S.Ag, MEI
NIP: 197710302008011007
(Penguji 2)
3. Masadah, M.H.I., M.Pd.I
NIP: 197812052006042003
(Penguji 3)
4. Nurul Fatma Hasan, MEI
NIP: 198907112020122013
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 18 Desember 2023

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP: 197005142000031001



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 : NURUL IHSAN
NIM : G94218212
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : exsan987@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 MARKETING SYARIAH PADA MANAJEMEN PEMASARAN
MALINDO MINIMARKET GRESIK

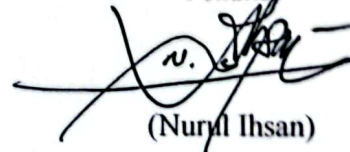
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media 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, 09 Januari 2024

Penulis



(Nurul Ihsan)

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Marketing Syariah pada Manajemen Pemasaran Malindo Minimarket Gresik”, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis strategi marketing Syariah yang diterapkan oleh Malindo Minimarket Gresik dengan berpedoman pada prinsip-prinsip Islam.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis *case study* (studi kasus) yang bersifat deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara dengan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, dan dokumentasi. Selanjutnya, data dianalisis melalui tahap pemeriksaan, pengorganisasian, dan analisis data. Langkah-langkah analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa, Malindo Minimarket Gresik telah menerapkan strategi marketing Syariah yang terintegrasi secara cermat, di mana pendekatan ini dianalisis dan diselaraskan dengan berbagai variabel bauran pemasaran atau *marketing mix*. Mulai dari elemen produk (*product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), dan distribusi (*Place*). Semuanya sesuai dengan dimensi teistis, etis, realistis, dan humanistis secara seimbang.

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan Malindo Minimarket Gresik dapat meningkatkan promosi melalui media sosial dengan berinteraksi aktif dengan pelanggan. Melalui komunikasi langsung di platform digital, minimarket dapat memperkuat hubungan, menyediakan informasi produk yang komprehensif, dan mendukung kegiatan sosial. Upaya terus mengembangkan program kepedulian sosial dan ekonomi, seperti program donasi, diharapkan dapat memberdayakan masyarakat sekitar. Dengan demikian, Malindo Minimarket tidak hanya menjadi tempat berbelanja, tetapi juga mitra aktif yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, menjadi minimarket yang menerapkan Strategi Pemasaran Syariah.

Kata kunci: Strategi marketing Syariah, *marketing mix*, manajemen pemasaran, bisnis ritel.

ABSTRACT

This thesis is entitled "Analysis of Sharia Marketing Strategy in the Marketing Management of Malindo Minimarket Gresik." The research aims to determine how the analysis of Sharia Marketing Strategy is implemented by Malindo Minimarket Gresik based on Islamic principles.

This study utilizes a qualitative approach with a descriptive case study method. Data collection involves direct field observations, interviews with informants using purposive sampling techniques, and documentation. Subsequently, the data undergoes examination, organization, and analysis, including data reduction, presentation, and conclusion drawing.

The research findings indicate that Malindo Minimarket Gresik has implemented a Sharia Marketing Strategy that is carefully integrated, with this approach analyzed and aligned with various variables of the marketing mix. This includes elements such as product, price, promotion, and distribution, all in line with the theistic, ethical, realistic, and humanistic dimensions in a balanced manner.

Based on the research results, it is hoped that Malindo Minimarket Gresik can enhance promotions through social media by actively engaging with customers. Through direct communication on digital platforms, the minimarket can strengthen relationships, provide comprehensive product information, and support social activities. Continuous efforts to develop social and economic care programs, such as donation initiatives, are expected to empower the local community. Thus, Malindo Minimarket becomes not only a shopping destination but also an active partner contributing to community welfare, embodying a minimarket that implements Sharia Marketing Strategy.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, marketing mix, marketing management, retail business.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Marketing Syariah.....	14
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	34
3.4 Sumber data.....	35

3.4.1	Sumber Primer	35
3.4.2	Sumber Sekunder	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1	Observasi.....	36
3.5.2	Wawancara.....	36
3.5.3	Dokumentasi	36
3.6	Teknik Pengolahan Data.....	38
3.7	Teknik Analisis Data	39
3.7	Keabsahan Data	40
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Profil Malindo Minimarket Gresik.....	41
4.1.1	Sejarah Malindo Minimarket Gresik.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Malindo Minimarket Gresik.....	42
4.1.3	Struktur Organisasi Malindo Minimarket Gresik	43
4.1.4	Fasilitas di Malindo Minimarket Gresik	44
4.2	Informan Penelitian	47
4.3	Hasil Penelitian.....	49
4.4	Pembahasan	61
4.4.1	Strategi Marketing pada Manajemen Pemasaran Malindo Minimarket Gresik	61
4.4.2	Analisis Strategi Marketing Syariah pada Manajemen Pemasaran Malindo Minimarket Gresik.....	69
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

4.2	Penelitian Terdahulu	28
4.2	Data Informasi Penelitian	48



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

2.3	Kerangka Konseptual	32
4.1	Struktur Organisasi Malindo Minimarket	43



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, K., & Ahmad, M. K. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LSPS).
- Ali Hasan. (2010). *Marketing Syariah* (1st ed., Vol. 1). Ghalia Indonesia.
- Amrial, & Masyadi. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Serba 35 Cabenge. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 255–262.
- Arif, F., Maria Valeria R., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (1st ed.). Penerbit Deepublish.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik* (Ed. Rev. VI, Cet. 14). Rineka Cipta 2011.
- Astuti, N. (2018). Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta. *Jurnal Portal*, 1, 135–155.
- Erwin, M. M., & Fitriyah, R. (2020). Pengolaan dan Etika Bisnis Islam di Islamic Retail Store 212 Mart Cabang Dumai. *Jurnal Al-Qardh*, 5, 1–13.
- Farida Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Halim. (2013). *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*. Kementerian Agama RI.
- Hermawan K., & Muhammad Syakir S. (2006). *Syariah Marketing* (1st ed., Vol. 1).
- Ifdholul Maghfur, Maulidatul K, & Muhammad Fahmul Iltiham. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di PASAR Nongkojajar Kecamatan Tuter Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 339–358. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1631>
- Jusmaliani, dkk. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah* (Vol. 1). Bumi Aksara.
- Narbuko & Ahmadi. (2015). *Metode Penelitian* (Cetakan 14). Bumi Aksara.
- Prof. Dr. H. Boedi Abdullah, M. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Cet.1). Pustaka Setia.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>.

- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian* (Rahmadi, Ed.; 1st ed.). Antasari Press.
- Rahman, S. (2020). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah, Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo, 1*.
- S. Purnamasari, Mukminah, Kurniaty, & Purnama Rozak. (2023). Analysis of Islamic Marketing Strategies in Sustaining Business (Case Study of Karang Anyar Chicken Rockets). *Indonesian Journal of Banking and Financial Technology (FINTECH), 1*, 123–136.
- Salim & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Haidar, Ed.). Citapustaka Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A