

**BAURAN PEMASARAN BISNIS SYARIAH MAKANAN HALAL
DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

(Studi Kasus Seblak Endes Bandung)

SKIRPSI

Oleh

WARDATUL HASANAH

NIM: G94217214



**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, Wardatul Hasanah, G94217214, 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 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, 03 Juli 2023



Wardatul Hasanah

NIM. G94217214

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 04 Juli 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ana Toni Roby Candra Yudha', with a long horizontal stroke extending to the right.

Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI

LEMBARAN PENGESAHAN
BAURAN PEMASARAN BISNIS SYARIAH MAKANAN HALAL DALAM
UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
(Studi Kasus Seblak Endes Bandung)

Oleh
Wardatul Hasanah
NIM: G94217214

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 12 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI
NIP. 201603311
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 2)
3. Masadah, M.HI, M.Pd.i
NIP. 19782052006042003
(Penguji 3)
4. Siti Kalimah, M.Sy.
NIP. 198707272022032001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

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

Surabaya, 04 Oktober 2024

Dekan



Dr. Sirajul Anifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197603142000031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**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 : Wardatul Hasanah
NIM : G94217214
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : wardahhasanah712@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 :

Bauran Pemasaran Bisnis Syariah Makanan Halal Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus Seblak Endes Bandung)

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, 04 Oktober 2024

Penulis

(Wardatul Hasanah)

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan kumpulan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Dalam Bauran pemasaran terdiri 4 elemen konsep pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Dengan melakukan pemasaran menggunakan 4 elemen tersebut dapat mempermudah suatu perusahaan untuk mencapai target volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bauran pemasaran yang diterapkan pada usaha Seblak Endes Bandung untuk meningkatkan volume penjualan yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi pada produksi perusahaan, wawancara terhadap pemilik usaha Seblak Endes Bandung, beberapa konsumen dan dokumentasi. Data-data yang diperoleh selanjutnya dianalisis berdasarkan teknik analisis data yakni reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperoleh.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa usaha Seblak Endes Bandung menerapkan bauran pemasarannya yaitu produk, harga, promosi, dan tempat untuk meningkatkan volume penjualannya sesuai dengan prinsip bisnis syariah, yaitu prinsip kesatuan/tauhid owner Seblak Endes Bandung percaya bahwa Allah SWT telah mengatur rezeki setiap manusia dengan cara yang berbeda-beda, prinsip keseimbangan/keadilan tidak melakukan kecurangan dalam memproduksi produk, prinsip kehendak bebas tidak ada unsur pemaksaan dalam transaksi jual beli di Seblak Endes Bandung, pertanggung jawaban, dan prinsip kejujuran tidak berlebihan dalam melakukan promosi.

Dari hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran kepada usaha Seblak Endes Bandung untuk tetap mempertahankan strategi pemasarannya dan sesuaikan dengan prinsip-prinsip pemasaran bisnis syariah supaya kegiatan yang dilakukan mendapatkan keberkahan dan mendatangkan kemaslahatan bagi owner, karyawan, dan para pelanggannya.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Prinsip-Prinsip Bisnis Syariah, Volume Penjualan, Seblak Endes Bandung

DAFTAR ISI

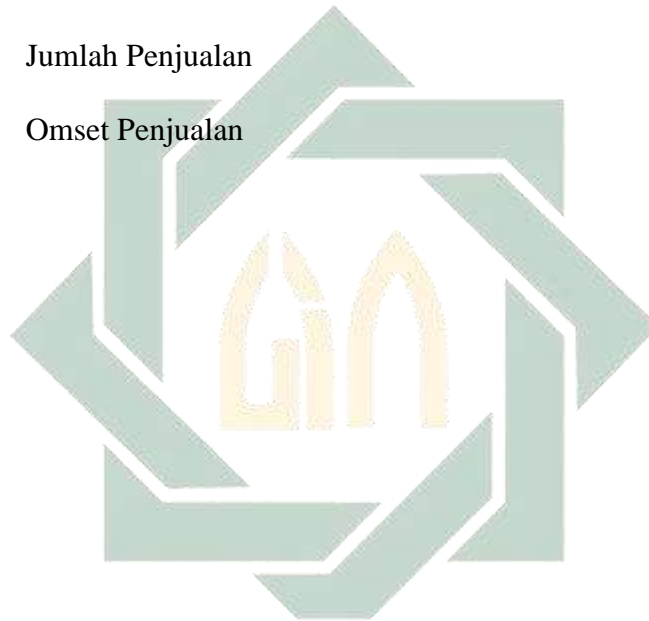
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Masalah.....	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.2. Kerangka Konseptual	34
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Lokasi Penelitian.....	37

3.3. Sumber Data.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5. Teknik Pengolahan Data	40
3.5.1.Editing	40
3.6. Teknik Analisis Data.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.3 Analisis Data.....	47
4.4 Pembahasan.....	56
BAB V.....	71
PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Informan Penelitian	39
Tabel 4.1	Daftar Menu Dan Harga	49
Tabel 4.2	Jumlah Penjualan	55
Tabel 4.3	Omset Penjualan	56



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

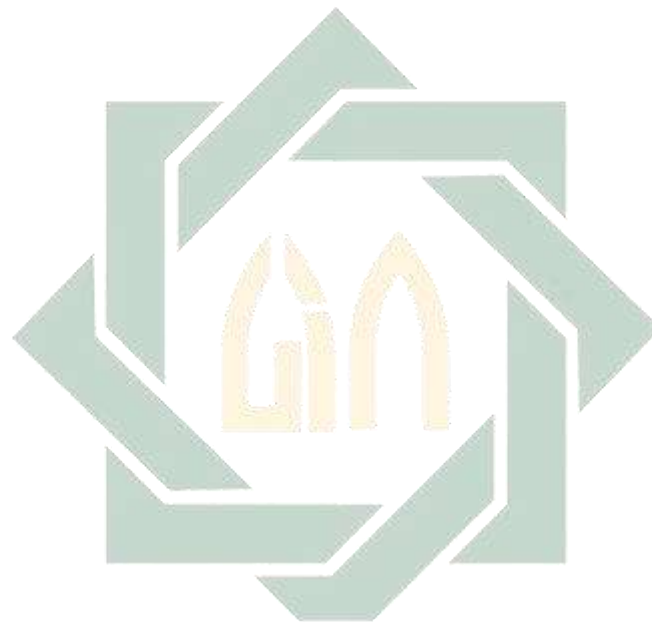
Daftar Pustaka

- Ali, M., Makanan, K., Dalam, H., & Syariah, T. (n.d.). *Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal*.
- Arif Nurohman, Y., Sari Qurniawati, R., Surakarta, I., & AMA Salatiga, S. (2019). *Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan iain Surakarta* (Vol. 12, Issue 24).
- Dhea Satria, A. (n.d.). Peranan Halal Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) di kota palangka raya. In *Desember* (Vol. 22, Issue 2).
- Fahrudin, A. R. (2019). *Implementasi Pengelolaan Makanan Halal Di Indonesia*.
- Hardiati, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1862>
- Kamaruddin, O. :, Ekonomi, F., Bisnis, D., Uin, I., & Makassar, A. (n.d.). *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam*.
- Khoiruddin, O. : (2015). Etika Pelaku Bisnis Dalam Perspektif Islam. In *ASAS* (Vol. 7, Issue 1).
- Khumairoh, A., & Farida, S. N. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Karya Perdana Jombang. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(1), 234–241. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i1.109>
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro PoigarEating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Metode-Penelitian-Kualitatif*. (n.d.).
- Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (n.d.). *Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo 2 Email: rahimendang1977@gmail.com 2*.

- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Pemasaran Dalam Membangun Strategi Komunikasi Brand Image Melalui Sosial Media Instargram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Produk Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @ahlinyaobatmaag). In *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 4, Issue 1).
- Munir, M., & Masyhuri, M. (2021). Strategi Perdagangan Dalam Industri Halal Food Di Jember (Studi Tentang Implementasi Jaringan Pemasaran Edamame Produk Frozen Food PT.Mitratani 27 Jember). *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 1. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v10i1.902>
- Nurwakhidah, A. (2019). Strategi Pemasaran Berbasis Halal dan Tayyib: Studi Kasus pada Sayed Bakery. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i2.799>
- Nuryunita, E. (n.d.). *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*.
- Rahman FEBI IAIN Sultan Amai Gorontalo, S. (2020). bisnis dalam islam. In *Pascasarjana, IAIN Sultan Amai Gorontalo* (Vol. 1, Issue 1).
- Ras Try Astuti, A. (2019). *Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis* (Vol. 1, Issue 2).
- Reno Sutan, F. (n.d.). *kajian hukum bisnis syariah*.
- Tumbuan, W., Sumarauw, J., & Bauran..., P. (2017). pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada pt. tridjaya mulia sukses the effect marketing mix toward sales volume in pt. tridjaya mulia sukses. *3078 Jurnal EMBA*, 5(3), 3078–3087.
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (n.d.). *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 2 (1) 2018. P: 87-98 *strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing produksi (studi pada tape “wangi prima rasa” di binakal bondowoso)*.
- Yulia Sari, F. (n.d.). *Sulistyo Budi Utomo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Sahdu Siyoto, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. (Ayup, Ed.) Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Muhammad Rizal Pahleviannur, & F. Sukmawati (Ed.), *Metode Penelitian Kualitatif* (pp. 81-82). Pradina Pustaka..

Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.

Setiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif* . Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A