

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan.

Seiring persaingan bisnis yang sangat tajam pada saat ini merupakan sebuah tantangan bagi pengusaha untuk tetap berada dalam persaingan hasil usahanya. Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat, usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan, jika perusahaan tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran produksi sudah dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran.

Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi produk, strategi harga, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.¹ Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha, strategi adalah serangkaian rencana besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.² Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Pemasaran merupakan proses yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran dan penjualan memiliki defenisi yang berbeda karena penjualan merupakan fungsi terpenting. Apabila pemasaran melakukan fungsi pemasaran dengan baik seperti: mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan kebutuhan yang tepat, menetapkan harga, melaksanakan distribusi dan promosi secara efektif maka barang akan laku dengan sendirinya.³

¹Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.199.

²Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), h.86.

³Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1996), h.2 .

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dijalankan dalam mencapai tujuan perusahaan.⁴ Strategi pemasaran berarti sebagai logika pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya.⁵ Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW berdasarkan suka sama suka. Dalam QS, An-Nisa' ayat 29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِاَلْبَطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
 تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artiya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁶

Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa ke pasar serta tidak berbohong. Nabi Muhammad SAW menetapkan strategi harga dengan prinsip membantu orang lain. Pemasaan penting dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan produk dan jasa. Pemasaran akan menjadi semakin penting dengan semakin meningkatkan pengetahuan masyarakat.

⁴ Assauri Sofwan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 1999), h.154 .

⁵ Philip Kotler, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: CV,Intermedia, 1993), h.416.

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Terjemah*, (Pustaka Al-Mubin: Jakarta, 2013), h.83.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran ada tujuan yang akan dicapai baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.⁷ Guna mencapai tujuan tersebut perusahaan harus bisa menarik perhatian para konsumennya melalui produk yang ditawarkannya, ini dapat dilakukan dengan cara promosi, promosi bisa melalui media seperti majalah, koran, tv, radio, dan internet.

Hasil wawancara yang penulis ajukan kepada pemilik usaha rengginang ubi Mekar Sari dengan beberapa pertanyaan, pemilik menyatakan bahwa ide awal dari usaha ini ia dapat dari seorang ibu PPK yang berbincang dengannya beberapa tahun sebelum ia memulai usaha. Hasil pembicaraan itu menimbulkan rasa keingin tahunya tentang apa yang mereka perbincangkan, beberapa kali mencoba mengolah tetap saja tidak mendapatkan hasil. Dengan kesalahan yang beberapa kali ia alami, menimbulkan ide kreatif untuk mengolah dengan bahan yang sama namun dengan cara yang berbeda. Ternyata dengan ide kreatif tersebut membuahkan hasil rasa berbeda dan hasil yang lebih baik dari ibu PPK yang memberikan ide awal.

⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003), h.168 .

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesadaran akan merek dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak yang mengenal merek atau nama toko atau evaluasi konsumen.⁸ Penjual berusaha mengenalkan rengginang ubi Mekar Sari kepada masyarakat luas dengan membuat merek. Ternyata dengan membuat merek memberikan dampak yang positif yang mana konsumen lebih mengenal Rengginang Ubi Mekar Sari.

Tahun 2001 ide usaha ini pemilik dapatkan dan beberapa tahun kemudian pemilik mengikuti pelatihan, membuat merek, izin usaha dan label halal, tahun 2005 barulah usaha ini resmi di buka untuk masyarakat luas baik di dalam negeri maupun luar negeri. Bapak Susilo Bambang Yudiono adalah salah seorang yang menjadi pembeli dan penyuka dari rengginang ubi Mekar Sari ini. Kebanyakan konsumen menyatakan bahwa rengginang ubi Mekar Sari ini memiliki cita rasa yang berbeda dan lebih enak dari rengging ubi yang lainnya.

Awal usaha ini dibuka, konsumen banyak yang menyukai sehingga volume penjualan meningkat. Bantuan juga banyak di dapatkan dari Pemerintah Daerah. Dari bantuan inilah pemilik usaha mengembangkan usahanya, sehingga menghasilkan banyak keuntungan dan juga beberapa penghargaan. Namun, dari tahun ke tahun penjualan mengalami penurunan. Dari penjelasan pemilik usaha beberapa tahun ini peminat atau konsumen dari rengginang ubi Mekar Sari ini berkurang sehingga omset

⁸Etta Memang Sangdjida Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013, h.176-189.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang di dapat juga berkurang.⁹ Suatu rencana bagaimana cara menjual produk sedemikian rupa sehingga produk sampai ke tangan pembeli dengan harga semurah mungkin dan masih memberikan keuntungan yang wajar bagi si penjual di samping pihak pembeli pun puas.¹⁰

Ditengah globalisasi ekonomi dunia dan kondisi internal dan eksternal yang senantiasa berubah dengan cepat, persaingan yang semakin berat, sudah tentu diperlukan kemampuan yang prima untuk mencapai tujuan.¹¹ Maka, daripada itu untuk mencapai tujuan tersebut pemilik usaha berupaya dalam peningkatan penjualan sebagai berikut:

- a. Pemilik usaha mengikuti pelatihan.
- b. Mendapatkan perhatian khusus dari Bupati Siak dengan melakukan survei dua kali dalam sebulan demi keamanan produk.
- c. Mendapatkan tambahan modal.
- d. Melakukan promosi melalui media sosial.
- e. Membuat merek.
- f. Label halal pada produk.
- g. Mengemas produk dengan rapi dan menarik.
- h. Melakukan inovasi pada produk sehingga berbeda dengan produk rengginang yang lainnya.

Berbagai cara pemilik usaha lakukan demi meningkatkan penjualan, akan tetapi usaha rengginang ubi Mekar Sari mengalami

⁹ Yustina, Pemilik Usaha Rengginag Ubi Mekar Sari, *Wawancara*, Kemuning Muda, 22 Oktober 2017.

¹⁰ Soetarno, *Pengelolaan Usaha*, (Yogyakarta: Kanisius, 1990), Cet. 1. h. 21.

¹¹ Francis Tantri, *Op.Cit*, h.12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidak stabilan dalam penjualan dari tahun ketahun, hal ini dibuktikan dengan tabel berikut:

Tabel. L.1
Data Penjualan Pada Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa
Kemuning Muda (Rp 12.000/bungkus)

Tahun	Volume Penjualan	Pendapatan
Desember 2015	483 bungkus	Rp. 5.796.000,00
Januari 2016	227 bungkus	Rp. 2.724.000,00
Februari 2016	163 bungkus	Rp.1.956.000,00
Maret 2016	257 bungkus	Rp. 3.084.000,00
April 2016	135 bungkus	Rp. 1.620.000,00
Mei 2016	114 bungkus	Rp. 1.368.000,00
Juni 2016	95 bungkus	Rp. 1.140.000,00
Juli 2016	190 bungkus	Rp. 2.280.000,00
Agustus 2016	51 bungkus	Rp. 612.000,00
September 2016	133 bungkus	Rp. 1.596.000,00
Oktober 2016	219 bungkus	Rp. 2.628.000,00
November 2016	56 bungkus	Rp. 672.000,00
Desember 2016	114 bungkus	Rp.1.368.000,00
Januari 2017	141 bungkus	Rp. 1.692.000,00
Februari 2017	25 bungkus	Rp. 300.000,00
Maret 2017	16 bungkus	Rp. 192.000,00
April 2017	35 bungkus	Rp. 420.000,00
Mei 2017	47 bungkus	Rp. 564.000,00
Juni 2017	49 bungkus	Rp. 588.000,00
Juli 201	98 bungkus	Rp. 1.176.000,00
Agustus 2017	49 bungkus	Rp. 588.000,00
September 2017	76 bungkus	Rp. 912.000,00

Sumber data: Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat penjualan usaha rengginang ubi Mekar Sari dari tahun ketahun mengalami *Fluktuatif* (berubah-obah). Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan penjual usaha rengginang ubi Mekar Sari mengatakan bahwa mereka telah menerapkan strategi pemasaran yaitu produk usaha rengginang ubi. Harga, harga rengginang ubi sangat ekonomis. Promosi yang dilakukan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjual rengginang ubi yaitu secara langsung dan melalui periklanan. Tempat usaha rengginang ubi sangat strategi dan terjangkau. Realita menunjukkan bahwa pendapatan usaha rengginang ubi belum mengalami kenaikan, meskipun penjual telah melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan usaha rengginna ubi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi dalam sebuah tulisan ilmiah dengan judul **“Strategi Pemasaran pada Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Prespektif Ekonomi Islam”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada **“Strategi Pemasaran pada Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Prespektif Ekonomi Islam”**.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan ?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dilakukan usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan ?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan usaha rengginang ubi Mekar Sari?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan usaha rengginang ubi Mekar Sari.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan bidang Ekonomi, khususnya persoalan yang sesuai dengan hasil yang diperoleh.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Memberi pemahaman dan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan.
- c. Sebagai satu syarat bagi penulis menyelesaikan studi program strata satu (S1) pada Fakultas Syari'ah dan Hukum jurusan Ekonomi Syari'ah.

E. Metode Penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan/ *Field Research*. Adapun tempat penelitian ini adalah usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda.
- b. Objek penelitian ini adalah strategi yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan.

3. Populasi dan Sample

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, 5 karyawan usaha rengginang ubi Mekar Sari yang berjumlah 2 orang sebagai karyawan tetap dan 3 orang sebagai karyawan tidak tetap. Sedangkan sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹³ Sample dalam penelitian ini berjumlah 6 orang. Adapun teknik pengambilan sample dengan menggunakan metode *total sampling*, yaitu pengambilan sample secara keseluruhan semua populasi dijadikan sample.¹⁴

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdapat dua kategori, yaitu:

- a. Data Primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Adapun data yang diperoleh dari responden yaitu pemilik usaha dan karyawan di usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda.
- b. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan

¹²Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet Ke-9, h.215.

¹³*Ibid*, h.115.

¹⁴M.haryanto, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h.45.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu.¹⁵

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi: yaitu instrumen lain yang sering di jumpai dalam penelitian yakni dengan cara memberikan pengamatan secara langsung pada suatu objek penelitian.¹⁶
- b. Wawancara: yaitu suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.¹⁷
- c. Dokumentasi: yaitu merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.¹⁸

6. Teknik Analisis Data

Analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menganalisis data dengan mengklasifikasikan data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian di uraikan antara data yang satu dengan yang lainnya sedemikian rupa

¹⁵Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Raja Pres, 2008), h.138.

¹⁶Sukardi, *Metodology Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h.78.

¹⁷Djama'ah satori, *Metodology Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.130.

¹⁸Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.87.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga di peroleh gambaran umum yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Teknik Penulisan

Teknik penulisan yang penulis gunakan setelah data terkumpul dan dianalisa, kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode:

- a. Deduktif, yaitu menggambarkan keadaan umum yang ada kaitannya dengan hal ini, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu menggambarkan keadaan khusus yang ada kaitannya dengan masalah ini, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.¹⁹

F. Sistematika Penelitian

Penulisan laporan ini, secara garis besar akan menyajikan sistematika sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang terdiri dari pendahuluan, latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

¹⁹ M.haryanto, *Op.Cit*, h.45.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab II: Gambaran umum lokasi penelitian dalam bab ini berisikan sejarah singkat berdiri usaha rengginang ubi mekar sari Desa Kemuning Muda, struktur organisasi usaha rengginang ubi mekar sari Desa Kemuning Muda.

Bab III: Tinjauan teoritis, membahas, pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, penjualan, sitematika pemasaran dalam Islam.

Bab IV: Hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran pada usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan, faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan penjualan pada usaha rengginang ubi Mekar Sari dan tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran pada usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan.

Bab V : Kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**