

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

Dalam islam segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepadanya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumberdaya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan alam. Karena kepadanya manusia akan mempertanggung jawabkan segala perbuatan termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.<sup>1</sup>

Al-quran sebagai pegangan hidup untuk islam telah mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit, dan memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan, sehingga Alquran sangat mendorong dan memotivasi umat islam bertransaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Meskipun demikian dalam melakukan transaksi bisnis, seorang muslim juga harus memperhatikan keadilan sosial bagi masyarakat luas.<sup>2</sup>

Dalam kegiatan ekonomi, kita kenal beberapa istilah yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya diantaranya produksi, distribusi dan konsumsi. produksi merupakan salah satu kegiatan paling awal yang akan dilakukan dan dirancang dalam sebuah aktifitas ekonomi untuk menghasilkan barang atau jasa.

<sup>1</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali press, 2013), h. 25-26

<sup>2</sup> Veithzalrivai Dkk, *Islamic Transtation Law In Business*, (Jakarta: BumiAksara, 2011),

## 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.

Dengan adanya kegiatan produksi dalam rantai perekonomian, hal selanjutnya yang dilakukan para pelaku ekonomi adalah distribusi. Kata distribusi sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *distribute* yang mempunyai arti pembagian atau penyaluran. Secara terminologi distribusi berarti penyaluran, pembagian atau pengiriman ke beberapa orang atau tempat. Sedangkan menurut Afzalur Rahman distribusi adalah suatu cara dimana kekayaan disalurkan atau dibagikan ke beberapa faktor produksi yang memberikan kontribusi kepada individu-individu, masyarakat maupun negara.<sup>3</sup>

Dilihat dari mata rantai dalam kegiatan ekonomi yang diawali dari produksi, distribusi dan konsumsi. Distribusi memiliki peranan yang cukup penting agar terjadinya keseimbangan dan kelancaran dari setiap kegiatan ekonomi yang dilaksanakan. Distribusi merupakan suatu cara dalam pemasaran untuk menyalurkan dan menetapkan produk pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri.<sup>4</sup>

Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Pentingnya pemasaran dilakukan adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Pemasaran juga

<sup>3</sup> Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: AL-Mujtahadah Press, 2014), h.100

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali pers, 2010), h. 4

## 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.

dilakukan sebagai kebijakan dalam menghadapi persaingan baru yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.<sup>5</sup>

Mencapai suatu tujuan pemasaran, maka komponen bauran pemasaran harus saling mendukung satu dengan yang lainnya, atau dengan kata lain, manajemen harus berusaha agar komponen-komponen bauran pemasaran itu dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Jadi bauran pemasaran itu akan dapat ditentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang diikuti kepuasan konsumen. Maka duperlukannya beberapa strategi.

Salah satu strategi yang digunakan adalah diferensiasi yang efektif, perusahaan harus mengembangkan suatu bauran pemasaran yang tetap. Bauran pemasaran meliputi empat komponen yaitu:

#### 1. Produk (*Products*)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapat perhatian, permintaan, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan titik sentral dari kegiatan pemasaran (*marketing*). Semua kegiatan pemasaran lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimanapun hebatnya usaha promosi, distribusi, dan harga yang baik tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan pemasaran tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu diteliti produk apa yang anda pasarkan bagaimana selera konsumen masa kini perlu mendapat perhatian serius<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Kasmis, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), Cet ke 2 h. 59-60

<sup>6</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 202

## 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. Harga (*Price*)

Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) harga merupakan faktor penting dalam menentukan ranah pasaran yang dialokasikan oleh sebuah perusahaan. Dari keempat faktor yang menentukan marketing mix, harga merupakan satu-satunya unsur yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sementara menurut Bayu Swastha, harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapat sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.<sup>7</sup>

3. Tempat (*place*)

Penentuan tempat yang mudah terjangkau dan dilihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati, dan memahami dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Penentuan tempat didasarkan atas jenis usaha atau produk yang diciptakan. Misalnya untuk produk - produk yang tidak akan tahan lama akan lebih baik jika dikatakan dekat keberadaan konsumen. Untuk barang - barang berharga dan bermutu tinggi akan lebih baik jika dibayarkan ditempat yang berkesan mewah.

Penempatan suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi tingkat harga semakin *representative* suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.<sup>8</sup>

4. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk

<sup>7</sup> Catur E. Rismiati, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2006), h. 243

<sup>8</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 243

atau jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Seperti halnya dengan unsur bauran pemasaran yang lain, promosi juga mempunyai kombinasi dalam menunjang pemasaran suatu produk atau jasa. Dalam hal ini kombinasi unsur promosi lebih dikenal dengan *promotional mix* atau bauran promosi yang meliputi periklanan selling, publisitas, dan promosi penjualan.<sup>9</sup>

Pemasaran dalam islam tidak jauh berbeda dengan pemasaran secara umum. Di lihat dari Perkembangan ekonomi syariah, pemasaran islam mampu mengembalikan nilai-nilai islam ditengah-tengah kehidupan perekonomian masyarakat. Dalam dunia bisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip islam lainnya. Rasulullah SAW telah memberikan contoh kepada manusia tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah serta tetap memperoleh keuntungan.<sup>10</sup> Dalam melakukan aktifitas bisnis perdagangan yang bermoral Rasulullah SAW selain menerapkan sifat jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak.

<sup>9</sup> Catur E. Rismiati, *Op. Cit*, h. 253

<sup>10</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 5

#### 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.

Sebagaimana yang di jelaskan dalam QS, An-nisa : 29 yang berbunyi

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman , janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil,kecuali dengan jalan peniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”. (QS. AN-NISA ; 29 )<sup>11</sup>

Ayat diatas dengan tegas menjelaskan bahwa sesama manusia memang akan terjadi pertukaran harta (uang dan jasa).Allah menggariskan proses pertukaran itu, yang kita maknai sebagai kegiatan bisnis tidak dilakukan secara batil, tetapi harus melewati perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara pelakunya, sebagaimana yang terdapat dalam Kitab suci Al-Qur’an yang berisi tuntunan hidup yang lengkap,dan juga berisi petunjuk-petunjuk berkaitan masalah ekonomi dan bisnis.<sup>12</sup>

Dalam melaksanakan aktifitas perdagangan atau bisnis, Rasulullah SAW dengan sangat baik telah menerapkan strategi pemasaran yang jitu dan tepat sasaran, mengingat kondisi daerahnya yang dikelilingin oleh padang pasir yang panas dan kering.<sup>13</sup> Sejarah mencatat bahwa Rasulullah SAW setiap berdagang selalu untung dan tidak pernah rugi, kesuksesan dan keberhasilan dalam perdagangannya dikarenakan Rasulullah SAW memiliki sifat terpuji yaitu jujur (*shidiq*), menyampaikan (*tabliqh*), dapat dipercaya (*amanah*), bijaksana (*fathanah*), dan dengan sifat-sifat baik lainnya.

<sup>11</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahan, (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2012) h. 83

<sup>12</sup> Faturrahman Djamil, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta: Granada Press, 2000), h. 47

<sup>13</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 45-46

## 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.

Salah satu usaha yang memanfaatkan pemasaran dalam memasarkan produk dalam rangka mencapai tujuan didirikannya usaha adalah usaha roster. Roster atau masyarakat umum sering menyebut dengan lubang angin-angin rumah, serta beberapa orang lebih cenderung menyebutnya dengan nama lubang ventilasi.<sup>14</sup> Roster memiliki fungsi yang sangat penting untuk kesehatan orang yang tinggal dirumah tersebut. Roster bagi rumah berfungsi sebagai saluran sirkulasi udara dari luar ke dalam rumah dan sebaliknya. Sirkulasi udara ini bertujuan untuk menciptakan udara bersih dan sekaligus menjaga kelembapan didalam rumah agar tidak terlalu lembab.

Roster merupakan salah satu unsur terpenting yang harus digunakan (dipakai) dalam pembuatan rumah, ruko ataupun bangunan yang sejenis lainnya. Di lihat dari perkembangannya sampai sekarang, permintaan akan roster selalu mengalami peningkatan seiring dengan tingginya pertumbuhan pembangunan khususnya di wilayah pekanbaru dan sekitarnya.

Usaha roster tergolong kedalam usaha mikro. Dimana usaha mikro pada umumnya merupakan pintu masuk yang relative mudah bagi orang-orang yang akan menjadi pengusaha pemula.<sup>15</sup> Sehingga membuka kesempatan bagi siapa saja untuk membuka usaha roster, dengan atau tidak memiliki keahlian khusus seseorang sudah bisa terjun kedalam bisnis pembuatan roster.

Banyaknya kesempatan yang ada, sehingga mengakibatkan munculnya usaha roster baru, hal ini tentunya memperketat peluang penjualan antar

<sup>14</sup> Syafrinal, Pengusaha Roster Cahaya Beton, (Pekanbaru 01 November 2017)

<sup>15</sup> Soetanto Hadinoto, *Kunci Sukses Bisnis Kredit Mikro*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005), h. 6

pengusaha roster dan berpengaruh juga kepada pemasaran, sehingga lambat laun daerah pemasaran menjadi semakin sempit, karena pelanggan yang ada telah berpisah dengan banyaknya pilihan. Adanya produk bersaing akan menimbulkan kesulitan tersendiri bagi pengusaha dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu setiap pengusaha yang ingin maju harus berusaha dengan berbagai cara agar produk yang dipasarkan dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Adapun beberapa strategi yang diterapkan pemilik usaha roster diantaranya strategi harga dengan cara menjual dengan keuntungan yang sedikit, meningkatkan kualitas produk, mempromosikan produk dengan cara terjun kelapangan, maupun dari segi service yang diberikan, namun distribusi yang digunakan masih mengandalkan sistem distribusi pemasaran semi langsung. Tindakan yang demikian merupakan bagian dari strategi tindak distribusi fisik (barang) yang sangat sedikit yang mereka lakukan walaupun masih ada diantara para pemilik usaha roster yang melakukannya akan tetapi belum maksimal dan hanya sebagian saja, serta keterbatasan pengetahuan pengusaha roster dalam mengelola bisnis secara profesional masih minim.<sup>16</sup>

Berdasarkan observasi awal melalui wawancara penulis dengan salah seorang pemilik usaha Tuah Nagari Beton Ibuk Desi Ratna Sari, bahwasanya dengan adanya usaha roster, sebagai salah satu bentuk dan upaya Ibuk Desi dalam melihat kesempatan dan peluang yang ada, namun belum maksimal dalam meningkatkan perekonomian keluarga karena banyaknya pesaing yang

#### 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.

<sup>16</sup> William J, Stanton, *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa*, (Jakarta: PT.Erlangga,1996), Eds 7 Jilid ke-2 h. 104



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.

menjual produk yang sama.<sup>17</sup> Adapun data pendapatan pengusaha roster sebelum membuka usaha roster sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Tanggapan responden tentang pendapatan rata-rata 3**  
**bulan trakhir pengusaha roster di Desa Kubang Jaya**  
**sebelum ada usaha roster**

No	Nama Usaha	Mei	Juni	Juli
1	Cahaya Beton	± Rp 2.850.000'	± Rp 2.700.000'	± Rp 2.600.000'
2	CSG Jaya Beton	± Rp 2.500.000'	± Rp 2.800.000'	± Rp 2.950.000'
3	Tuah Nagari Beton	± Rp 2.100.000'	± Rp 2.300.000'	± Rp 1.800.000'
4	Riski Rahmat Boton	± Rp 2.100.000'	± Rp 2.150.000'	± Rp 2.000.000'
5	Usaha Bersama Beton	± Rp 1.500.000'	± Rp 1.800.000'	± Rp 1.700.000'

Sumber: Data Olahan Wawancara, Tahun 2017

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan dilapangan, dimana usaha roster yang beralamat di Jalan Kubang Jaya Desa Kubang Jaya, Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Kurang optimal dalam melaksanakan indikator yang ada dalam strategi pemasaran. Meskipun demikian produk roster tersebut tetap diminati dan dikonsumsi (digunakan) oleh konsumen walau tidak dalam skala besar. Di sisi lain tidak adanya peningkatan usaha dan pendapatan serta pemindahan tempat usaha roster pun terjadi di saat timbulnya usaha-usaha baru.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan peneliataan dengan judul: **“Strategi Pemasaran Usaha Roster Dalam Meningkatkan Pendapatan di Desa Kubang Jaya**

<sup>17</sup> Desi Ratnasari, Pemilik Usaha Buah Nagari Beton, (Pekanbaru 01 November 2017)

**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.

## **Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.”**

### **B. Batasan Masalah**

Agar penulisan penelitian ini datanya valid dan terarah maka penulis memberikan batasan masalah pada Strategi Pemasaran Usaha Roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaiman strategi pemasaran usaha Roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Strategi Pemasaran Usaha Roster di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitaan
  - a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha Roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar
  - b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Syariah tentang strategi pemasaran usaha roster di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

**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. Manfaat Penelitian**

- a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Menambahkan pengetahuan bagi masyarakat pada umumnya dan bagi penelitian khususnya untuk mengetahui strategi pemasaran usaha Roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.
- c. Memberi dorongan agar pengusaha Roster di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan agar pendapatan usahapun ikut meningkat.

**E. Metode Penelitian****1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan pada usaha Roster yang berlokasi di Jalan. Kubang Raya Siak-Hulu Kampar tepatnya Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, adapun alasannya penulis mengambil lokasi penelitian disini karena penulis ingin meninjau lebih jauh atau mengetahui strategi pemasaran usaha roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

**2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik dan konsumen usaha Roster yang berada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten

## 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.

kampar. Sedangkan objek penelitiannya adalah Strategi Pemasaran usaha Roster.

### 3. Populasi dan Sample

Adapun populasi dalam penelitian terdiri dari pengusaha dan konsumen. Pengusaha berjumlah 5 orang dan semua dijadikan sampel dengan metode *total sampling*, sedangkan konsumen dijadikan sampel dengan kuota sebanyak 40 orang dengan metode *Acidental sampling*.

### 4. Sumber Data

- a. Data primer yaitu data langsung yang diperoleh dari pemilik usaha roster dan karyawannya.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari riset perpustakaan (*Library Research*) dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengambilan data yang diambil melalui :

- a. Observasi yaitu penulis melakukan pengamatan dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan tersebut adalah secara langsung kelapangan dengan melakukan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu penulis melakukan Tanya jawab secara langsung kepada pemilik dan karyawan usaha roster di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

#### 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.

- c. Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon atau responden sesuai dengan permintaan pengguna. Daftar pertanyaan ini langsung dilapangan atau kepada para pengunjung atau konsumen.
- d. Dokumentasi yaitu penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, misalnya buku-buku, majalah, dokumen, jurnal , peraturan-peraturan dan lain-lain
- e. Studi kepustakaan merupakan salah satu cara untuk memperoleh data dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

#### 6. Analisis Data Penelitian

Adapun analisis data yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah analisis *deskriptif kualitatif*. Yaitu menggambarkan situasi, kondisi penelitian dengan jalan membahas data-data dan informasi yang diperoleh dengan menghubungkan teori-teori yang didapat maupun dengan literature yang ada.

#### 7. Metode Penulisan

Metode penulisan yang penulis gunakan adalah metode deduktif, yaitu menggunakan kaedah-kaedah umum yang berkaitan dengan tulisan ini kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.

### F. Sistematika Penulisan

Untuk memudah para pembaca dalam memahami dan lebih terarahnya penulisan ini, maka penulis mengklasifikasikan penelitian ini dalam beberapa bab yaitu :

## 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**

Dalam bab ini penulis menjelaskan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika Penelitian.

**BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang profil usaha roster secara umum di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, geografis dan demografis Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Visi dan Misi Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Pendidikan dan Mata pencaharian penduduk (ekonomi).

**BAB III : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis menguraikan pengertian strategi, Pemasaran, Strategi Pemasaran, pendapatan, Bauran Pemasaran serta dalil-dalil tentang pemasaran dalam Islam.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis mencoba untuk menyimpulkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran Usaha roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dan Tinjauan Ekonomi Islam mengenai Strategi Pemasaran Usaha

roster di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup, dimana pada bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian serta saran mengenai strategi pemasaran Usaha roster dalam meningkatkan pendapatan di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar.

### **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.