

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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi memungkinkan semua pihak dari belahan dunia mampu memasuki setiap sektor usaha termasuk pangan. Serbuan produk-produk pangan impor yang membanjiri pasar pangan Indonesia tidak bisa dihindari lagi. Akibatnya, Indonesia secara perlahan mengalami kehilangan kekhasan produk lokal yang berpotensi besar bersaing secara Nasional bahkan Internasional. Kehidupan ekonomi merupakan kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi yang dilakukan masih sederhana. Seiring dengan perkembangan zaman populasi manusia mengalami pertumbuhan. Sehingga kegiatan ekonomi juga mengalami perkembangan.¹

Di Indonesia pendapat mengenai ekonomi kerakyatan terus berlangsung. Banyak pihak yang mengatakan bahwa ekonomi kerakyatan sebagai dasar pijakan pembangunan ke depan akan mengakibatkan pertumbuhan menjadi lamban. Namun hal ini langsung dibantah oleh sebagian pengamat yang justru menilai, demi kesejahteraan bangsa Indonesia ke depan yang lebih tepat adalah membangun kembali perekonomian rakyat.²

Ekonomi Islam adalah Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³ Sistem Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang berorientasi *rahmatan*

¹Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h.12

²Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Fress, 2000), Cet . ke-1, h. 107

³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), Cet. ke-3, h.15

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.

lil'alamin.⁴ Namun dalam pengembangannya, system Ekonomi Islam hanya dikenal dalam ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada Bank Syariah, *Baitulmal wal tamwil* dan Asuransi Syariah. Padahal ruang lingkup ekonomi itu meliputi sektor rill juga seperti perdagangan, pertanian, maupun industri. Al-Qur'an menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal dan baik (*thayyib*), jauh lebih baik dari pada bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan jelek (*khabits*).⁵

Strategi pemasaran merupakan serangkaian kebijakan yang akan ditetapkan dalam rangka memasuki pasar dan mengantisipasi terhadap berbagai kemungkinan yang akan terjadi tantangan dalam kegiatan pemasaran seperti kondisi lingkungan pemasaran dan pesaing.⁶ Mendesain strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar (*market segmentasi strategy*), kemudian strategi penentuan pasar sasaran (*market targeting strategy*), dan yang terakhir penentuan posisi pasar (*market positioning strategy*).⁷

Home Industry merupakan salah satu industri terbesar kedua setelah pertanian yang memiliki peluang jangka panjang yang mampu menyerap tenaga kerja di daerah. Kecenderungan banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak *home industry* intensif pula dalam menggunakan sumber daya alam lokal. Dari sisi kebijakan, *home industry* jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan sebagian besar

⁴ Muslich, *Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta:YKPN,2007), h.5

⁵ Merza Gamal, *Aktifitas Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru:UNRI press,2004), h.10

⁶ Swasta, Basu, *Management Penjualan*, (BPFE,Yogyakarta,2000),h.6

⁷ Purnama, CM Lingga, *Strategi Marketing Plan*, (PT: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002),h.3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

angkatan kerja Indonesia, tetapi juga merupakan ujung tombak dalam upaya memberantas kemiskinan.

Pesatnya perkembangan perdagangan saat ini menuntut kita untuk lebih jeli dalam menentukan strategi pemasaran. Oleh karena itu kita harus mengenal yang namanya kata “*reform*”. Dalam konteks ekonomi/muamalat kita mengenal kata “*reform*” dimaknai “*aslaha-yuslihu-islahan*” yang dimaksud adalah mengubah, memperbaiki, meluruskan atau menguatkan akad ketika ada kesamaran terhadap syarat-syarat suatu transaksi seperti *syirkah* untuk mencapai tujuan dan maksud yang disepakati. Dengan kata lain, bukan merombak bentuk yang pertama atau menggantinya dengan yang baru.⁸ Sebagaimana firman Allah dalam surat Ar-Rad ayat 11 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

*Artinya: “sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”.*⁹

Dalam strategi pemasaran ada istilah-istilah yang mendasar yang harus diketahui antara lain:

- a. Kebutuhan, yaitu suatu keadaan dimana seseorang merasa kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu/hakikat biologis.
- b. Keinginan, yaitu hasrat atau kehendak yang kuat akan pemuas kebutuhan spesifik.

⁸Amalia Euis, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Wali Press,2009) Cet. ke 1, h.39

⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan terjemahannya*, (Jakarta: CV. Toha Putra Semarang,1989), h.250

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.

- c. Permintaan adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.¹⁰
- d. Evaluasi, yaitu usaha yang dilakukan untuk melihat sejauh mana proses pemasaran dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi dalam usaha yang dilakukan.

Informasi bukan hanya sebagai suatu input untuk mengambil keputusan yang lebih baik, tetapi juga sebagai suatu aset strategi yang sangat penting dan sebagai sebuah perangkat pemasaran.¹¹

Kecamatan Tambang merupakan daerah yang menjalankan *Home Industry* yang bergerak di bidang pengolahan makanan ringan yaitu pengolahan buah nanas segar menjadi keripik nenas. Di Kecamatan Tambang terdapat 10 pengusaha *Home Industry* keripik nenas. Jenis produk olahan *Home Industry* ini dapat memberikan keuntungan yang cukup besar, karena dalam menjalankan bisnis ini tidak membutuhkan modal besar tetapi memiliki nilai ekonomis dan keuntungan yang cukup tinggi. Potensi besar yang dimiliki *Home Industry* Keripik Nenas ini belum mampu dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha yang menjalankan usaha di industri tersebut, karena masih banyak dari mereka yang belum memperoleh dampak ekonomi yang signifikan dari usaha yang dijalankannya tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada para pengusaha *Home Industry* keripik nenas di Kecamatan Tambang dapat disimpulkan

¹⁰ Muhammad, *Managemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UUP AMPYKPN,2005), h.220-

¹¹ Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*”, (Jakarta: Erlangga,2001), h.143

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.

bahwa strategi pemasaran yang mereka gunakan selama ini kurang efektif.¹²

Hal ini dapat dilihat dari gejala-gejala seperti:

1. Keterbatasan pengetahuan untuk mengelola bisnisnya secara lebih profesional.
2. Rendahnya kapasitas produksi, rendahnya omset penjualan yang diperoleh, kurangnya inovasi produk yang dihasilkan, serta semakin ketatnya persaingan dalam bisnis tersebut.
3. Sebagian para pengusaha masih mengandalkan sistem distribusi pemasaran semi langsung dengan cara menjual barang ke pengecer dan pengecer menjual kepada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK HOME INDUSTRY KERIPIK NENAS DI KECAMATAN TAMBANG DITINJAU MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran produk *home industry* keripik nenas di Kecamatan Tambang ditinjau menurut prespektif Ekonomi Islam.

¹² Samsinar (Pemilik *Home Industry* Sinar Hidayah), wawancara, Tambang, Tanggal 15 Maret 2016

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang?
2. Apa saja Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang?
3. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.
- c. Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir program studi S1 dan bahan kajian, rujukan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi.

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. Dapat dijadikan solusi untuk mengatasi problematika dalam strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.
- c. Dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengusaha *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang dalam meningkatkan strategi pemasaran produknya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) dan dilakukan di Kecamatan Tambang terhadap Pengusaha *Home Industry* Keripik Nenas. Alasan penulis memilih lokasi ini Karena lokasi ini dinilai berpotensi besar dalam pengembangan produk *Home Industry* keripik nenas. Sehingga penulis tertarik memilih lokasi tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Pemilik *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang Ditinjau Menurut Prespektif Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pemilik *Home Industry* keripik nenas di Kecamatan Tambang yang berjumlah 10

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang. Karena populasinya sedikit, maka semua di jadikan sampel (*Total Sampling*)

4. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.¹³ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber dari data primer adalah Pengusaha *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.¹⁴ Data semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu suatu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.¹⁵

¹³Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. Ke 2, h.19.

¹⁴Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), h.102.

¹⁵Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), h.66.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Wawancara, yaitu dengan melakukan tanya jawab kepada informan.¹⁶ Adapun pilihan jawaban disesuaikan dengan pertanyaan yang diberikan. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh lebih valid kebenarannya dan terarah.
- c. Studi pustaka, yaitu penulis mengambil buku-buku referensi yang ada kaitannya dengan persoalan yang di teliti.
- d. Dokumentasi

6. Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan kemudian diklarifikasikan serta dianalisa menurut jenis dan sifatnya. Dalam menganalisa data tersebut penulis menggunakan analisa Deskriptif *Kualitatif* yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau menguraikan data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.¹⁷

7. Metode Penulisan

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

¹⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h.12.

¹⁷Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: PT.Gelora Aksara Pratama, 2009), h.25.

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. Induktif, yaitu suatu uraian yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah yang bersifat khusus, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu setelah semua data berhasil terkumpul maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambarkan secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Strategi Pemasaran sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan tempat yang sama yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Perbedaan penulis yang mendasari penelitian ini adalah:

Puspita Sari Dewi (2013) yang berjudul “ Strategi Pemasaran Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar”. Dalam penelitian ini peneliti membahas tentang saluran pemasaran, efisiensi pemasaran keripik nenas, menganalisis bauran pemasaran, mengidentifikasi aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta merumuskan strategi pengembangan agroindustri keripik nenas. Populasi dan sampel yang digunakan berjumlah 12 pengusaha dengan teknik analisis SWOT yang diteliti pada tahun 2013.

Sedangkan penelitian yang saat ini penulis lakukan berjudul “Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang Ditinjau Menurut Prespektif Ekonomi Islam” penelitian ini dilakukan untuk

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.

merumuskan dan menentukan bagaimana Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas, Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas, serta Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas. Populasi dan Sampel yang digunakan berjumlah 10 pengusaha dengan Analisis Kualitatif.

G Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi tulisan ini, maka penulis memaparkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan antara lain mencakup Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menceritakan tentang gambaran umum perusahaan *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

BAB III : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dijelaskan pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, strategi pemasaran dalam pandangan Islam, karakteristik pemasaran Islami, prinsip-prinsip pemasaran dalam prespektif Ekonomi Islam, etika marketing dalam Islam, serta keunggulan marketing Islami

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 IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang, faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang, serta tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang merupakan rekomendasi penulisan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA