

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA
HOME INDUSTRI TEMPEDIKECAMATAN SABAK AUH
KABUPATEN SRI INDRAPURADITINJAU
MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy)
Pada Fakultas Syari'ah dan Hukum



Oleh:

AGUS SALIM
11125100461

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1436 H/2015 M**



UIN SUSKA RIAU

DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Subrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru - Riau No. Telp. 0761-28293
Fax. 0761-21129, Web. www.uin.suska.ac.id, E-mail : iain-sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi ini Berjudul: "STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PADA HOME INDUSTRI TEMPE DI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK SRI INDRAPURADITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM" yang di tulis oleh:

Nama : AGUS SALIM
Nim : 11125100461
Jurusan : Ekonomi Islam

Telah di munaqasahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana Program Stara (S1) Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Juni 2015
Tempat : Ruang Munaqasah Fakultas Syari'ah dan Hukum

Sehingga diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah Dan Hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE,Sy)**.

Pekanbaru, 26 Juni 2015

Dekan,



Dr. H. Akbarizan, M.Ag. M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Hertina, M.Ed
NIP. 19680629 199402 2 002

SEKRETARIS

Haswir, M.Ag
NIP. 19691119 199603 1 002

PENGUJI I

Nurnasrina, SE, M.Si
NIP. 19730307 200701 1 032

PENGUJI II

Syahpawi, S.Ag, M.SH
NIP. 19800405 200901 2 008

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: **Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Home Industri Tempe Di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura Di Tinjau Menurut Ekonomi Islam**. Skripsi ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan daya beli pelanggan/konsumen terhadap produk tempe dikarenakan adanya pedagang yang masuk dari luar daerah Kecamatan Sabak Auh yang berani menjual produk tempennya dibawah harga rata-rata pasar serta dengan adanya peningkatan harga beli kacang kedelai yang melambung tinggi.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh, apa faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh serta bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang berlokasi di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura. Penelitian ini bertujuan (a) untuk mengetahui strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada home industri tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura, (b) untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi *home industri* di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura (c) untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada *home industri* tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 20 Orang, dari populasi yang ada maka penulis menjadikan seluruh populasi sebagai sampel dengan menggunakan metode *Total Sampling* yang terdiri dari 20 Orang pemilik *home industri* tempe. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan penulis yaitu metode observasi, wawancara, dan angket. Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (a) Strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan oleh para pengusaha *home industri* tempe masih dengan cara tradisional tanpa ada pengembangan pemasaran, baik dari segi produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*). (b) adapun faktor pendukung produk *home industri* tempe adalah tempe merupakan salah satu makanan tradisional yang bebas dari zat kimia yang digemari orang-orang dari kalangan bawah dan atas dari cara pembuatannya pun tidak menggunakan alat teknologi yang canggih/modern, dan juga merupakan salah satu makanan yang mampu tahan selama 3 hari. Sedangkan faktor penghambatnya adalah terbatasnya ketersediaan bahan baku kedelai, karena bahan baku yang digunakan adalah kedelai impor dari Malaysia. (c) Adapun dari tinjauan ekonomi Islam terhadap Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan pada Home Industri Tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura adalah, (1) produk tempe yang dihasilkan tidak ada indikasi larangan atau keharaman dari yang dihasilkan oleh *home industri* tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh. (2) harga produk tempe yang ditawarkan oleh pengusaha *home industri* tempe kepada konsumen dapat dijangkau. (3) berkenaan dengan tempat pemasaran produk tempe para pengusaha *home industri* tempe sangat mengutamakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. (4) dari segi promosi para pengusaha *home industri* tempe yang ada di Kecamatan Sabak Auh belum sepenuhnya sesuai dengan sistem ekonomi Islam, karena mereka tidak maksimal dalam berupaya untuk meningkatkan penjualan produksinya, hal ini terbukti bahwa dari aspek strategi masih apa adanya, sedangkan Islam menganjurkan umatnya untuk selalu berupaya mencapai yang terbaik bukan apa adanya.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “*Strategi Bauran Pemasaran Pada Home Industri Tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*” ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, amin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, bila terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun jika dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimah kasih yang

tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :

1. Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayahanda Janji dan Ibunda Juminah yang selalu hidup di hati sunubari ini, adik ku yang tersayang Wanda Asriyani, serta Nenek ku yang tercinta Mbah Katinem serta semua sanak famili yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
2. Bapak Prof. DR. H.Munzir Hitami, M.A. selaku Rektor UIN SUSKA Riau
3. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I, Dr. H. Akhyar, M.Ag selaku Wakil Rektor II, Dr. Tohirin, M.Pd selaku Wakil Rektor III beserta staff dan seluruh civitas akademika Uin-Suska Riau.
4. Bapak DR. H. Akbarizan, M.A., M.Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
5. Bapak DR. H Mawardi Muhammad Shaleh, M. A selaku Wakil Dekan I, Ibu DR. Hertina, M. Pd selaku Wakil Dekan II, dan Bapak DR. Zulkifli, M. A selaku Wakil Dekan III.
6. Bapak Kamirrudin, M.A dan Bapak Bambang Hermanto, M.Ag, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan maupun karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Ibu Nur Hasanah, SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika

penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

8. Bapak Khairul Amri, M.Ag. selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
9. Bapak Drs. H. Arbi, M.Si., yang telah berjasa kepada penulis, Bapak Mawardi S.Ag, M.Si dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag selaku ayahanda di kampus yang telah banyak membimbing dan memotivasi penulis dalam masa perkuliahan.
10. Bapak Camat Sabak Auh, yang telah membantu penulis meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.
11. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimah kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.
12. Kepada sahabatku buat FK-Massya, HMJ Ekonomi Islam Periode 2013/2014, SCEI/FoSSEI, Serta sahabat-sahabat terbaikku buat Muhammad Jamaluddin, Agus Salim, Robi Sandra, Alek Saputra, Rian Rahmatul Mustika, Amin Suparno, Akmal, Joni Irawan, Aditya Perdana Putra, Roby Rendra Tribuana, Romi Fauzi, serta untuk sahabatku yang mohon maaf tidak dapat kusebutkan semuanya yang telah banyak memberikan dukungan dan membantu.
13. Sahabat seperjuangan EI.1 Angkatan 2011 serta teman-teman lain yang banyak membantu penulis dalam penyusunan dan pengumpulan data skripsi ini dan juga yang tidak henti-hentinya memberi motivasi, serta moril maupun materil.

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang

pantas penulis ucapkan selain terima kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, amin....

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu ' alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 12 Juni 2015

AGUS SALIM
NIM. 11125100461

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 9 |
| C. Rumusan Masalah | 9 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Metode Penelitian..... | 11 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 13 |
| BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | 14 |
| A. Letak Geografis, Demografis Visi dan Misi | 14 |
| 1. Letak Geografis Kecamatan Sabak Auh..... | 14 |
| 2. Letak Demografis | 15 |
| 3. Visi dan Misi Kecamatan | 21 |
| B. Agama dan Budaya | 22 |
| BAB III TINJAUAN TEORITIS TENTANG BAURAN PEMASARAN | |
| (<i>MARKETING MIX</i>) | 24 |
| A. Manajemen Pemasaran..... | 24 |
| B. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 29 |
| C. Strategi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)..... | 32 |
| D. Unsur-Unsur Strategi Persaingan | 52 |
| E. Peramalan di Masa yang Akan Datang | 57 |
| F. <i>Marketing Mix</i> dalam Islam | 59 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 67 |
| A. Strategi bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) pada home industri tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura..... | 67 |
| B. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan strategi bauran pemasaran home industri tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 81 |
| C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang dilakukan pada home industri tempe di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 85 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 90 |
| A. Kesimpulan | 90 |
| B. Saran..... | 91 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel II.1 | : Luas Wilayah dan Jumlah Rt/Rw menurut Desa di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 15 |
| Tabel II.2 | : Klasifikasi Desa dan Jumlah Penduduk di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 16 |
| Tabel II.3 | : Klasifikasi Jumlah Penduduk berdasarkan Jenis Kelamin di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura..... | 17 |
| Tabel II. 4 | : Klasifikasi jumlah penduduk berdasarkan tingkat umur di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 18 |
| Tabel II.5 | : Klasifikasi jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 19 |
| Tabel II.6 | : Sarana Pendidikan di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura..... | 20 |
| Tabel II.7 | : Gambaran mata pencaharian masyarakat Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 21 |
| Tabel II.8 | : Penduduk menurut Agama di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura..... | 23 |
| Tabel II.9 | : Sarana rumah ibadah di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Sri Indrapura | 23 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel IV.1 | : Daftar nama-nama pengrajin Home Industri Tempe di Kecamatan Sabak Auh | 68 |
| Tabel IV.2 | : Pengadaan bahan baku pembuat tempe di Kecamatan Sabak Auh | 70 |
| Tabel IV.3 | : Tanggapan responden berkenaan dengan bahan baku kedelai untuk pembuatan produk tempe di Kecamatan Sabak Auh..... | 71 |
| Tabel IV.4 | : Tanggapan responden tentang jenis atau variasi produk <i>home industri</i> produk tempe di kecamatan Sabak Auh..... | 72 |
| Tabel IV.5 | : Tanggapan Responden tentang lama idealnya ketahanan produk tempe di kecamatan Sabak Auh | 73 |
| Tabel IV.6 | : Tanggapan responden mengenai ada atau tidaknya kesepakatan harga antara penjual yang satu dengan yang lainnya di Kecamatan Sabak Auh | 74 |
| Tabel IV.7 | : Tanggapan responden terhadap harga per bungkus tempe yang dijual kepada konsumen di Kecamatan Sabak Auh | 75 |
| Tabel IV.8 | : Tanggapan Responden tentang tempat yang mudah untuk dijangkau & lebih banyak dikunjungi oleh konsumen untuk membeli produk tempe di Kecamatan Sabak Auh..... | 76 |

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel IV.9 | : Tanggapan responden berapa tempat yang digunakan untuk menjual produk tempnya di Kecamatan Sabak Auh | 77 |
| Tabel IV.10 | : Tanggapan responden berkenaan dengan berapa kali pengusaha home industri tempe di Kecamatan Sabak Auh | 78 |
| Tabel IV.11 | :Tanggapan responden berkaitan dengan strategi untuk menarik daya beli produk tempe kepada konsumen di Kecamatan Sabak Auh | 79 |
| Tabel IV.12 | : Tanggapan responden berkenaan dengan strategi pengusaha home industri tempe dalam memasarkan produknya ke konsumen di kecamatan Sabak Auh | 84 |