

**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.

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* SYARIAH DALAM  
MENINGKATKAN PENDAPATAN BERKAH *HOMESTAY*  
SYARIAH PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Syari'ah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

**AULIYA NURHIDAYAH**  
**NIM. 12120521148**

**PROGRAM S1**

**EKONOMI SYARIAH S1**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2025 M/1446 H**



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.

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru”, yang ditulis oleh:

Nama : Auliya Nurhidayah  
 NIM : 12120521148  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Mei 2025  
 Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Dr. Rustam, S.E., M.E.Sy  
 NIP. 198602152023211015

Pembimbing Metodologi

Nurvanti, S.E.I., M.E.Sy  
 NIP. 198701032023212035

UIN SUSKA RIAU



## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **Analisis Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah Homestay Syariah Pekanbaru** yang ditulis oleh:

Nama : Auliya Nurhidayah  
NIM : 12120521148  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari : Senin, 2 Juni 2025  
Waktu : 13.00 WIB  
Tempat : R. Munaqasyah LT 2 Gedung Belajar

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Juni 2025  
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Sekretaris  
Haniah Lubis, ME. Sy

Penguji I  
Nur Hasanah, SE., MM

Penguji II  
Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec

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

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulfidli, M.Ag

NIP. 197410062005011005

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.





Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 21 November 2021

### SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Auliya Nurhidayah

NIM : 12120521148

Tempat/Tgl. Lahir : Bekawan, 28 Februari 2024

Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

**ANALISIS STRATEGI MAKRETING MIX SYARIAH DALAM MENINGKATKAN  
PENDAPATAN BERKAH HOMESTAY SYARIAH PEKANBARU**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Auliya Nurhidayah

NIM. 12120521148

*\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

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.

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.

## ABSTRAK

### **Auliya Nurhidayah (2025): “Analisis Strategi *Marketing mix* Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru”**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan permasalahan yang ada di Berkah *Homestay* Syariah, adapun permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing mix* syariah dalam meningkatkan pendapatan dan apa faktor-faktor yang mempengaruhi penerapannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Cipta Karya Gg. Auri No. 1. Data diperoleh melalui observasi, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Informan terdiri dari satu pemilik sebagai informan kunci dan empat karyawan sebagai informan pendukung. Sumber data mencakup data primer dari lapangan serta data sekunder dari dokumen dan pustaka. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *marketing mix* syariah di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru diterapkan melalui tujuh elemen, yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses, lingkungan fisik, dan orang. Produk sesuai prinsip syariah, harga adil, lokasi strategis, promosi dilakukan melalui media digital, pelayanan cepat dan ramah, serta lingkungan homestay nyaman dan islami. Faktor pendukung meliputi lokasi yang mudah diakses, fasilitas sesuai informasi, promosi yang efektif, dan suasana yang tenang. Adapun faktor penghambatnya adalah minimnya karyawan perempuan, persaingan dengan hotel yang menawarkan promo, serta belum adanya pelatihan manajemen bagi pemilik. Strategi ini dipandang turut mendorong peningkatan jumlah tamu, yang secara tidak langsung berkontribusi terhadap pendapatan homestay.

**Kata Kunci:** *Marketing mix* Syariah, Strategi Pemasaran, *Homestay* Syariah, Pendapatan, Pariwisata Halal.



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.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Segala Puji dan syukur dilimpahkan kepada Allah SWT, atas berkat, rahmat, dan hidayah serta ridhonya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tidak lupa saya kirimkan shalawat beriring salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadi pemimpin umat Islam sepanjang masa serta guru bagi semua makhluk dimuka bumi ini atas segala ilmu yang telah Beliau titiskan untuk umat manusia.

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi Marketing mix syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah Homestay Syariah Pekanbaru**”. Guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Fakultas Syariah dan hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selama proses penyusunan skripsi ini, saya banyak memperoleh bimbingan, arahan, dorongan semangat, nasehat dan bantuan, baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Kedua Orang tuaku, Ayahanda Ahmad Nur dan Ibunda Junaida yang telah memberikan kasih sayang serta pengorbanan yang tiada hentinya, yang telah membesarkan dan memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis serta tidak pernah lelah mendoakan penulis dari menjalankan perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.





**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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Terima kasih kepada abang saya Maulana Ahmad Syarif Nur, kakak saya Selvina Saputri, adik saya Nur Zakia Tun Nufus, serta keponakan tercinta Queenara Nur Maulina yang menjadi sumber kekuatan selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dr. HJ. Leny Nofianti MS, SE, M.SI, AK, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, LC., MA selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr.H.Mawardi, S.Ag.,M.Si selaku Wakil Dekan II, dan ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang telah mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag, dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Bapak Syamsurizal. SE, M.Sc.Ak, serta staf Program Studi Ekonomi Syariah, yang telah banyak membantu, membimbing penulis selama perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Amrul Muzan, S.H.I., M.A selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
7. Bapak Dr. Rustam, S.E., M.E.Sy, dan Ibu Nuryanti, S.E.I.,M.E.Sy, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ide dan



## 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.

saran serta selalu sabar dan selalu meluangkan waktu kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh pegawai pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
9. Pimpinan pustaka dan segenap karyawan yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.
10. Terima kasih kepada Suryani, Claudia Fitriana, Adinda Febiola, Aufa Nawad Marwa, dan Nurul Hasanah, sahabat seperjuangan sejak awal perkuliahan hingga sidang, atas semangat dan kebersamaan yang tak ternilai. Juga untuk teman-teman lokal EI D angkatan 2021, terima kasih atas dukungan dan semangat yang selalu kalian berikan. Semoga kita semua dimudahkan hingga akhir perjuangan.
11. Teman teman kos Pondokan Naela, Milna Riani, Galih Fajrianti, Salsabila Wirani, Khairunnisa, Asifa nurfadilah, dan Haryanti, yang selalu memberi semangat untuk terus melakukan penulisan skripsi ini.

Pekanbaru, 1 Mei 2025  
Penulis

**Auliya Nurhidayah**  
**12120521148**





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.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN TEORI</b>	
A. Konsep Teoritis .....	10
1. Pengertian Strategi .....	10
2. Pengertian Pemasaran Syariah .....	12
3. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah .....	16
4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> Syariah) .....	19
5. Prinsip Pemasaran Syariah .....	23
6. Pengertian Pendapatan Dalam Islam .....	27
7. <i>Homestay</i> .....	30
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Operasional Penelitian .....	36
<b>BAB III PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Lokasi Penelitian .....	37
C. Subjek Dan Objek Penelitian .....	37
D. Informan Penelitian .....	38
E. Sumber Data .....	39
F. Metode Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	41
H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43



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

A. Hasil Penelitian .....	46
1. Strategi <i>Marketing Mix</i> Syariah Yang Diterapkan Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Berkah <i>Homestay</i> Syariah Pekanbaru .....	47
B. Pembahasan .....	
1. Strategi <i>Marketing mix</i> syariah yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan Pada Berkah <i>Homestay</i> Syariah Pekanbaru .....	59
2. Faktor-Faktor Yang Mendukung dan Menghambat penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Syariah Pada Berkah <i>Homestay</i> Pekanbaru .....	66

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70

DAFTAR PUSTAKA .....	71
----------------------	----

LAMPIRAN .....	77
----------------	----

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.

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel IV. 1 Rekapitulasi Data Pendapatan Berkah <i>Homestay</i> Syariah Tahun 2022-2024.....	58
Tabel IV. 2 Jumlah Pengunjung Berkah <i>Homestay</i> Syariah Tahun 2022-2024.....	58





**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.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar II. 1 Opersional Penelitian.....	36
Gambar III. 1 Logo Berkah Homestay Syariah .....	44
Gambar III. 2 Struktur Organisasi Berkah <i>Homestay</i> Syariah.....	45





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

Menurut Ja'fari dan Scott, pariwisata halal merupakan konsep wisata yang mengikuti ajaran Islam dan mendorong wisatawan untuk berkunjung dengan tetap mematuhi hukum syariah. Pariwisata ini ditujukan bagi wisatawan Muslim yang ingin mempertahankan kebiasaan religius mereka selama berwisata. Dengan demikian, pariwisata halal tidak hanya berlandaskan pada ketentuan hukum Islam, tetapi juga menargetkan wisatawan Muslim sebagai konsumen utamanya.<sup>1</sup>

Pariwisata halal di Indonesia mengalami perkembangan pesat dan menjadi bagian penting dalam penguatan ekonomi syariah nasional. Bank Indonesia menyebut wisata halal sebagai salah satu kunci pertumbuhan ekonomi. Data Kementerian Pariwisata menunjukkan rata-rata pertumbuhan kunjungan wisatawan Muslim mancanegara sebesar 18% pada 2015–2017, yaitu dari 2 juta menjadi 2,7 juta. Indonesia juga menunjukkan prestasi di tingkat global, menempati peringkat ketiga GMTI 2017, kedua pada 2018, dan pertama bersama Malaysia pada 2019, dengan total 2,8 juta wisatawan Muslim dan devisa mencapai Rp40 triliun. Provinsi seperti Aceh dan NTB telah berhasil mengembangkan destinasi halal dengan baik, didukung oleh fasilitas ibadah, sertifikasi halal untuk hotel dan restoran, serta promosi aktif di tingkat internasional seperti pada

<sup>1</sup> Menurut Jafari Dan Scott Dalam Buku Yunia Wardi, dkk., *Pemasaran Wisata Halal*, (Depok: Rajawali Pers, 2021), H. 9.

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.

ajang World Halal Tourism 2016. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam pasar wisata halal dunia.<sup>2</sup>

Dengan adanya kebutuhan akan akomodasi berbasis syariah yang sesuai dengan prinsip Islam, *homestay* menjadi salah satu alternatif yang banyak diminati. *Homestay* adalah jenis akomodasi berupa rumah tinggal milik warga lokal yang disewakan kepada wisatawan. Berbeda dengan hotel atau penginapan konvensional, *homestay* menawarkan pengalaman yang lebih personal karena memungkinkan wisatawan merasakan langsung kehidupan sehari-hari masyarakat setempat serta mengenal budaya dan adat istiadat di daerah yang dikunjungi.<sup>3</sup>

Seiring dengan berkembangnya *homestay* syariah, diperlukan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga sesuai dengan prinsip Islam. Menurut Lovelock, pemasaran Syariah memiliki potensi besar karena mampu memadukan etika keislaman dengan strategi pemasaran modern. Konsep 7P (*product, price, place, promotion, process, physical evidence, people*) menjadi dasar penting dalam sektor jasa, termasuk *homestay*. Tujuan dari penerapan strategi ini adalah untuk menarik minat para wisatawan menginap di *homestay* tersebut. Manfaatnya mencakup peningkatan pendapatan, kepercayaan konsumen Muslim, dan keberkahan dalam usaha.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Muhammad Fadhlan dan Ganjar Eka Subakti “ Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia Dan Dunia”, *Of Halal*, Volume. 5., No. 1., (2022), H. 77-78.

<sup>3</sup> Daniel adolf ohyver, dkk., *homestay*, (jawa tengah: CV arta media, 2023), h. 32.

<sup>4</sup> Menurut lovelock dalam buku Endah Meiria, *Bauran Pemasaran Islam Berbasis Nilai Pelanggan*, (Depok: Rajawali Press, 2021), h. 34.



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.

Perkembangan industri pariwisata halal di Provinsi Riau semakin menunjukkan kemajuan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya minat wisatawan Muslim untuk berkunjung ke destinasi yang sesuai dengan prinsip syariah.<sup>5</sup> Pekanbaru, yang kaya akan budaya Melayu dan tradisi Islam, menawarkan berbagai atraksi dan layanan yang memenuhi standar wisata halal, seperti restoran yang menyajikan makanan halal, penginapan bersertifikat syariah, dan tempat ibadah yang mudah diakses. Pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata aktif mempromosikan Pekanbaru sebagai destinasi wisata halal yang menarik, dengan menyelenggarakan festival budaya dan acara yang menonjolkan kearifan lokal. Inisiatif ini tidak hanya meningkatkan daya tarik kota bagi wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan pelestarian budaya.

Perkembangan industri pariwisata halal menunjukkan tren yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya menggunakan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam hal akomodasi penginapan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Susie Suryani dan Nawarti Bustamam “Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau”, *Ekonomi KIAT*, Volume. 32., No. 2., (2021), h. 148.

<sup>6</sup> Hasnil Hasyim, “Peluang Dan Tantangan Industri Di Indonesia”, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 7., No. 2., (2023), h. 666.

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.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Al Arif, bisnis yang dijalankan dengan keikhlasan dan niat semata-mata untuk mencari keridhaan Allah akan menjadikan seluruh aktivitas transaksinya sebagai bentuk ibadah. Pendekatan spiritual ini menjadi bibit dan modal dasar bagi usaha untuk tumbuh menjadi bisnis besar yang memiliki *spiritual brand*, keunggulan, kharisma, dan keunikan yang tak tertandingi. Pandangan ini memperkuat pentingnya nilai-nilai Islam dalam praktik pemasaran, bukan hanya sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai jalan menuju keberkahan dan keberlanjutan usaha.<sup>7</sup>

dalam konteks ini, pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang Muslim dan dapat dijadikan sebagai katalisator hubungan transendental seorang Muslim dengan Tuhannya. Aktivitas ekonomi dan transaksi jual beli merupakan bagian dari ibadah apabila dilakukan dengan niat yang lurus dan sesuai syariat. Rasulullah SAW sendiri aktif bertransaksi di pasar setelah hijrah ke Madinah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Fenomena ini bahkan memancing keheranan kaum Quraisy, sebagaimana difirmankan Allah dalam Surah Al-Furqaan ayat 7:<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Menurut Al Arif Dalam Buku Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 57.

<sup>8</sup> *Ibid.*, h.54.

وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ لَوْلَا أُنْزِلَ إِلَيْهِ مَلَكٌ  
فَيَكُونُ مَعَهُ نَذِيرٌ

Artinya: *Dan mereka berkata: “Mengapa Rasul itu memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar? Mengapa tidak diturunkan kepadanya se- orang Malaikat agar Malaikat itu memberikan peringatan bersama- sama dengan dia?”*

Ayat ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi adalah bagian dari kehidupan para nabi, dan bukan sesuatu yang rendah, selama dilakukan dengan niat ibadah dan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, keadilan, serta amanah. Oleh karena itu, penerapan *marketing mix* syariah dapat dipandang sebagai upaya menjadikan aktivitas pemasaran sebagai bentuk ibadah dalam konteks bisnis modern.

Berkah *Homestay* Syariah merupakan *homestay* yang menerapkan strategi pemasaran berbasis syariah dalam pengelolaannya. Berdiri sejak 2018 di Jalan Cipta Karya, Pekanbaru, *homestay* ini hadir untuk menjawab kebutuhan akomodasi yang sesuai dengan prinsip Islam. Lokasinya yang strategis dan pelayanan yang mengutamakan kenyamanan serta nilai-nilai syariah menjadikannya pilihan bagi wisatawan, pebisnis, dan keluarga Muslim. Jumlah pengunjung terus meningkat dari sekitar 850 tamu pada 2022 menjadi 950 tamu di 2023, dan lebih dari 1.050 tamu di 2024, sejalan dengan kenaikan pendapatan tahunan. Melalui strategi *marketing mix* syariah, Berkah *Homestay* terus berinovasi menghadirkan layanan yang sesuai syariat dan mampu bersaing di industri pariwisata.

#### 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.



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.

Penggunaan strategi pemasaran syariah dilakukan sebagai upaya untuk tidak hanya menarik minat pasar Muslim, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa pelayanan yang berlandaskan etika Islam. Strategi ini bertujuan untuk menciptakan usaha yang tidak hanya mengutamakan keuntungan semata, tetapi juga keberkahan, kepercayaan pelanggan, serta membangun loyalitas dalam jangka panjang sesuai dengan prinsip muamalah Islam.

Namun dalam pelaksanaannya, Berkah *Homestay* Syariah masih menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan strategi *marketing mix* syariah secara optimal. Meskipun pengelola telah berupaya mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam setiap aspek layanan, terdapat beberapa elemen pemasaran yang belum sepenuhnya mencerminkan prinsip-prinsip syariah secara konsisten. Hal ini terlihat dari belum adanya ruang shalat khusus bagi tamu meskipun fasilitas ibadah lainnya sudah disediakan, serta pelayanan yang belum sepenuhnya memperhatikan pemisahan gender dan etika berpakaian staf sesuai standar syariah. Kedua aspek ini menjadi hambatan utama yang mempengaruhi citra dan kualitas layanan *homestay* sebagai penginapan berbasis syariah.<sup>9</sup>

Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam penerapan strategi *marketing mix* syariah di Berkah *Homestay* Syariah, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini akan meninjau bagaimana elemen-elemen

<sup>9</sup> Observasi Langsung Yang Dilakukan Oleh Auliya Nurhidayah Di Berkah *Homestay* Syariah Pada Tanggal 9 Maret 2025

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.

7P (product, price, place, promotion, process, people, physical evidence) dijalankan dan sejauh mana prinsip-prinsip syariah diintegrasikan ke dalam praktik pemasaran. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Islam serta meningkatkan kinerja *homestay* syariah secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Berkah *Homestay* Syariah dalam meningkatkan strategi pemasaran melalui penerapan *marketing mix* syariah, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha *homestay* syariah lainnya. Temuan ini juga diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan literatur akademik mengenai pemasaran syariah dalam industri perhotelan dan pariwisata di Indonesia.

Dengan memahami penerapan *marketing mix* syariah di Berkah *Homestay* Syariah, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan pendapatan dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini juga dapat mendukung pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia secara berkelanjutan.

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. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini dan mendalami inti permasalahan, maka penulis membatasi pembahasan pada “Strategi *Marketing mix* syariah pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru serta Faktor-faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Penerapannya.” Fokus penelitian ini diarahkan pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak *homestay*, dengan data utama diperoleh dari pemilik *homestay* sebagai informan utama, serta diperkuat oleh informasi dari karyawan sebagai informan pendukung.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, penulis dapat menulis permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *Marketing Mix* Syariah yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat penerapan strategi *Marketing Mix* Syariah pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru?

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui strategi *Marketing Mix* Syariah dalam meningkatkan pendapatan pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru.



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.

- b. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat penerapan strategi *Marketing Mix* Syariah pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru
2. Untuk mengetahui Manfaat penelitian
  - a. Penelitian ini sebagai bentuk kontribusi penulis dalam mengembangkan disiplin ilmu guna pengembangan ilmu pengetahuan.
  - b. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengelola Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru dalam merancang dan menerapkan strategi *marketing mix* yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan fokus pada elemen produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan lingkungan fisik, pengelola dapat lebih mudah menarik pelanggan yang mencari akomodasi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah, serta meningkatkan pendapatan.
  - c. Penelitian ini bisa bermanfaat untuk warga di sekitar Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru. Dengan promosi dan pelayanan yang sesuai ajaran Islam, homestay bisa lebih baik, dan warga jadi lebih tahu soal usaha syariah. Usaha ini juga bisa bantu ekonomi warga, menjalin hubungan baik antara homestay dan masyarakat, serta membuat daerah ini lebih dikenal sebagai tempat wisata halal.

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

### KAJIAN TEORI

#### A. Konsep Teritis

##### 1. Pengertian Strategi

Strategi, yang berasal dari kata "seni jenderal" (dari bahasa Yunani *stratēgos*), menurut *Webster's New World Dictionary*, didefinisikan sebagai "ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar, serta menggerakkan pasukan ke posisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh." Dalam pengertian militer yang tegas, istilah ini pertama kali digunakan pada penghujung abad ke-18, ketika peperangan masih relatif sederhana dan terbatas. Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratēgos*, yang diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada era demokrasi *Athena*. Prinsip dasar strategi berawal dari perencanaan dan tindakan yang menjadi bagian dari kebijakan nasional (atau kebijakan perusahaan). Setelah tujuan nasional ditetapkan oleh pemimpin negara, mereka akan menyusun rencana. Dalam merumuskan strategi, pemimpin harus mempertimbangkan sejumlah faktor, seperti aspek ruang dan waktu, kekuatan yang tersedia, niat dan kemampuan musuh, serta respons baik di dalam negeri maupun luar negeri terhadap langkah yang diambil.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Siti Nurhasanah dan Agus Jayadi, dkk., *Strategi Pembelajaran*, (Jakarta: Edu Pustaka, 2019), h. 2.

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.

Menurut Morrissey, strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus ditempuh oleh perusahaan agar misinya tercapai, serta sebagai pendorong yang membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan. Dalam menjalankan aktivitas operasional sehari-hari, para pemimpin dan manajer puncak sering kali merasa bingung dalam memilih dan menetapkan strategi yang tepat, mengingat kondisi yang terus berubah.<sup>11</sup>

Strategi merupakan sebuah rencana untuk mencapai tujuan tertentu, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakan, serta kepada siapa hal-hal tersebut dikomunikasikan, dan kenapa hasil kinerja tersebut dinilai. Strategi adalah alat komunikasi di mana seseorang yang memiliki peran strategis berusaha meyakinkan bahwa orang yang tepat memahami maksud dan tujuan organisasi, serta bagaimana hal itu diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan. Dengan demikian, strategi difokuskan pada bagaimana organisasi berusaha memanfaatkan dan mempengaruhi lingkungan sekitarnya, serta menentukan langkah-langkah dalam pengorganisasian internal, yang mana pengorganisasian internal ini bukan bagian dari strategi itu sendiri.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> *Ibid.*, h. 3.

<sup>12</sup> Nurmansyah dan Burhan, *Manajemen Strategi*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023), h. 2.

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.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana setiap individu dapat bekerja sama dalam organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi tersebut. Dengan penekanan pada kerja sama, strategi harus mampu menggambarkan arah keputusan yang tepat dan relevan, yang sangat penting sebagai dasar dalam mencapai maksud dan tujuan organisasi.<sup>13</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran Syariah

Pemasaran merupakan serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan pedoman yang memberikan arah bagi upaya-upaya pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan persaingan yang selalu berubah. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial, di mana *individu* dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukar produk bernilai dengan pihak lain. Konsep dasar yang mendasari definisi pemasaran ini mencakup kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*).<sup>14</sup>

Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan

<sup>13</sup> *Ibid.*, h. 1.

<sup>14</sup> Fitriani Mandung dan Sabri Hasan, *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*, (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023), h. 3.



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.

konsumen. Sementara itu, Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa pemasaran merupakan proses manajerial di mana individu memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemasaran diartikan sebagai proses, cara, atau perbuatan dalam memasarkan barang dagangan.<sup>15</sup>

Konsep pemasaran terdiri dari empat pilar utama, yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu, dan profitabilitas. Konsep ini mengadopsi pendekatan dari luar ke dalam, dimulai dengan definisi pasar yang jelas, fokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, serta memfasilitasi seluruh kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh pelanggan dan menghasilkan laba melalui kepuasan pelanggan. Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang meliputi penentuan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, serta jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memuaskan kebutuhan individu maupun organisasi.<sup>16</sup>

Sementara itu, pemasaran syariah adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Dalam pandangan Islam, kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan duniawi, tetapi juga keberkahan dan ridha Allah SWT. Menurut Amrin konsep pemasaran dalam perspektif syariah mencakup seluruh aktivitas bisnis yang melibatkan penciptaan, penawaran, dan

<sup>15</sup> Nandang Lesmana, Ilham Hakim, dkk., *Manajemen Pemasaran*, (Depok: Strategi Citra Semesta, 2022), h. 3-4.

<sup>16</sup> *Ibid.*, h. 198.

#### 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.

perubahan nilai, yang memungkinkan para pelakunya berkembang serta memaksimalkan manfaatnya dengan landasan kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan, sesuai dengan prinsip-prinsip akad muamalah Islami. Oleh karena itu, konsep dan praktik pemasaran yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah, tidak etis, merugikan salah satu pihak, serta tidak profesional harus dihindari demi menjaga kelangsungan bisnis. Hal ini bertujuan agar bisnis tidak hanya menjadi sarana untuk memperoleh keuntungan dalam memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga untuk meraih keberkahan di akhirat. Hal ini tertera dalam surah al-jatsiyah (45) ayat 18 Allah SWT berfirman:<sup>17</sup>

ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَ الَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: “ Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.”

Penerapan pemasaran syariah tidak hanya terbatas pada produk halal, tetapi juga mencakup cara penyampaian pesan, kemasan, dan interaksi dengan konsumen yang mencerminkan nilai-nilai Islam.<sup>18</sup> Dalam praktiknya, pemasaran syariah menekankan pada pentingnya membangun kepercayaan (*amanah*), menyampaikan informasi secara jujur (*shiddiq*), cerdas dalam strategi (*fathanah*), serta komunikatif dan transparan (*tabligh*).

<sup>17</sup> Ibid., h. 13.

<sup>18</sup> Rindiani Wulandari, Choiriyah, dkk., “Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Pengembangan Umkm Dapoer Kemas Nyimas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang Tahun 2020-2021”, *Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, Volume 2., No. 2., (2022), h. 466.

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.

Prinsip-prinsip ini juga merupakan karakter Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis, yang membuatnya sukses sebagai pedagang. Keteladanan beliau menjadi dasar etika dalam pemasaran syariah, yaitu:<sup>19</sup>

Pertama, *shiddiq* mengacu pada penilaian atau kejujuran dalam berbisnis, Nabi Muhammad SAW secara konsisten menekankan pentingnya memberikan informasi yang akurat tentang produk dan memastikan tidak merugikan pelanggan lain dengan menurunkan standar.

Kedua, *amanah* artinya boleh dipercaya, sedangkan dalam konteks ini amanah tidak mengubah atau menguatkan sesuatu yang perlu atau sudah selesai. Di masa mudanya, Nabi Muhammad SAW selalu menekankan nilai kerja keras, baik berupa barang berwujud maupun jasa padat karya.

Ketiga, *fathanah* adalah cakap atau cerdas. Seorang pebisnis yang cerdas mungkin memahami tujuan bisnisnya dan mendekatinya dengan tekun.

Keempat *tabligh* adalah menyampaikan atau komunikatif jika pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

---

<sup>19</sup> Veithzal Rivai Zainal, Nora Sri Hendriyani, dkk., *Meneladani Berbisnis Ala Rasulullah Saw*, (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022), h. 16.

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.

### 3. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran adalah salah satu metode penting dalam dunia bisnis untuk memenangkan persaingan secara berkesinambungan, baik bagi usaha yang bergerak di bidang produk maupun jasa. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi dasar dalam menyusun perencanaan bisnis yang efektif dan efisien. Tanpa strategi yang tepat, sebuah usaha dapat tertinggal atau bahkan tersingkir dari pasar.<sup>20</sup>

Terdapat beberapa definisi dari para ahli mengenai strategi pemasaran, antara lain :<sup>21</sup>

1. Menurut Kotler dan Armstrong

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran di mana unit bisnis berusaha menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan melalui hubungan dengan konsumen.

2. Menurut Kurtz

strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen-elemen dari *marketing mix*, yaitu produk, distribusi, promosi, dan harga.

<sup>20</sup> Muslimin, Zabir Zainuddin, dkk., “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha UMKM Sederhana”, *Of Economic And Business*, Volume 3., No. 2., (2022) h. 133.

<sup>21</sup> Marisa Grace Haque Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, dkk., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), h. 10.



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.

3. Menurut Philip Kotler

Strategi pemasaran adalah suatu pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Di dalamnya terkandung strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan anggaran untuk pemasaran.

Strategi pemasaran juga mencakup proses pengambilan keputusan dalam merancang serangkaian aktivitas pemasaran guna menarik perhatian konsumen, memaksimalkan kepuasan, serta meningkatkan pembelian dan profitabilitas. Tiga dimensi penting dalam strategi ini meliputi: segmentasi, yaitu pembagian pasar berdasarkan variabel tertentu; targeting, yaitu penetapan target pasar utama perusahaan; serta positioning, yaitu penentuan posisi merek dalam benak konsumen..<sup>22</sup>

Dalam konteks Islam, strategi pemasaran syariah merupakan bagian dari strategi bisnis syariah yang lebih luas. Strategi ini tidak hanya mengutamakan aspek keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral, etika, dan spiritual berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis. Strategi pemasaran syariah bertujuan untuk menciptakan nilai bagi stakeholder dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip muamalah Islami, seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan. Hal ini tertera Dalam surat Annisa (4) ayat 29, Allah SWT berfirman:

---

<sup>22</sup> Chusnul Muallid dan Khoirun Nisa, "Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual", *Ekonomi Syariah*, Volume 5., No. 2., (2019), h. 173.

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.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman ! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyangkal kepadamu”.

Pada ayat di atas memberi prinsip terhadap perusahaan untuk transparan, tidak berbohong dan menipu terhadap konsumen. Ayat tersebut juga menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk menjalankan praktik bisnis yang jujur, terbuka, dan tidak menyesatkan terhadap konsumen.<sup>23</sup>

Menurut Abdullah pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami.<sup>24</sup>

Dengan demikian, strategi pemasaran syariah tidak hanya berbicara soal “apa yang dijual” dan “bagaimana menjualnya,” tetapi juga “bagaimana menjual dengan cara yang diridhai Allah.” Ini menjadi pembeda utama dari strategi pemasaran konvensional, karena

<sup>23</sup> *Ibid.*, h. 174.

<sup>24</sup> Nurul Huda, dkk, *Op. cit.*, h. 60.

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.

melibatkan akhlak bisnis dan tanggung jawab spiritual dalam setiap aktivitas pemasaran.

#### 4. Bauran Pemasaran Syariah (*Marketing mix syariah*)

Bauran pemasaran adalah salah satu bagian penting dalam strategi perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller, bauran pemasaran merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang dirancang untuk mendapatkan respons positif dari pasar sasaran. Sementara itu, Assauri menjelaskan bahwa bauran pemasaran berfungsi sebagai pedoman yang bisa dikendalikan oleh manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya dalam bidang pemasaran. Melalui bauran pemasaran, perusahaan berupaya memahami kebutuhan pasar, menawarkan produk yang sesuai, menentukan harga, lokasi, dan cara promosi yang tepat, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif.<sup>25</sup>

Pada awalnya, konsep bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*). Namun, dalam perkembangan strategi pemasaran jasa, khususnya pada sektor pelayanan seperti *homestay*, bauran pemasaran diperluas menjadi tujuh elemen, yang dikenal dengan istilah *Marketing mix 7P*. Menurut Kotler dan Armstrong Terdapat tujuh komponen dalam bauran pemasaran, yaitu produk

<sup>25</sup> Faiz Agil Dwi Cahya dan Raden Roro Ratna Roostika, "Peran Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dan *Customer Engagement* Pada Perusahaan Jasa Guinovatif.Id", *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, Volume 8., No. 2., (2024), h. 2324.

#### 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.

(*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), distribusi (*place*), proses (*process*), partisipan (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Komponen-komponen ini digunakan sebagai strategi untuk mencapai tujuan dari kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, disarankan bagi para pengembang strategi pemasaran untuk terus menggunakan bauran pemasaran, karena hal ini dapat berpengaruh pada tercapainya kepuasan pelanggan dan peningkatan daya saing yang tinggi dari produk yang ditawarkan.<sup>26</sup>

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan strategi penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan. Menurut Abbas menjelaskan bauran pemasaran 7p dari perspektif islam sebagai berikut:<sup>27</sup>

1. *Product*: Dalam pemasaran Islam, produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba dan maysir, bermoral, produk harus dalam kepemilikan yang sah, produk harus diserahterimakan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dapat dibenarkan dan produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya.

<sup>26</sup> Apnes Nur Setiawan, Indah Wahyu Utami, dkk., "Pengaruh *Marketing mix* 7p Terhadap Minat Beli Konsumen Di Dodolan Coffe Solo", *Rekayasa Proses Dan Industri Terapan*, Volume 1., No. 3., (2023), h. 157.

<sup>27</sup> Endah Meiriah, *Op. cit.*, h. 36-44.



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.

2. *Price*: Pada sisi lain kebijakan penetapan harga yang etis menurut Islam adalah dilarangnya praktek riba, termasuk bunga. Allah Swt. Telah melarang riba dan menghalalkan jual beli (QS. Al Baqarah: 275). Riba berarti penambahan jumlah nominal dari pokok.
3. *Place*: Dalam Islam, keberadaan manusia, peralatan, perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran harus transparan dan memuaskan pelanggan. Pada saluran distribusi, kerangka kerja etika pemasaran Islam harus bertujuan untuk menyediakan produk dan layanan yang memuaskan secara etis yang dapat mengangkat standar hidup.
4. *Promotion*: Dalam Islam, semua usaha yang dilakukan pemasar untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam usaha demi menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada diperbolehkan termasuk melakukan kegiatan promosi. Islam menentang semua jenis perilaku promosi yang sifatnya menipu. Al- Qur'an menyatakan semua bentuk kesaksian palsu, pernyataan palsu, pemaksaan dan tuduhan tidak berdasar (QS. Al-Zukhruf:19).
5. *Process*: Proses berarti metode terbaik dalam menyampaikan produk kepada pelanggan untuk kepuasan mereka. Islam juga mengajarkan bahwa harus ada kesepakatan bersama antara pembeli dan penjual dan jika ada yang gagal memenuhi komitmen, maka pengiriman proses akan gagal.

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.

6. *Physical Evidence*: Lingkungan fisik adalah desain lingkungan pelayanan yang membuat pelanggan mengingat margin keuntungan. Tidak ada yang menyaingi Nabi Muhammad Saw. karena namanya memiliki karakteristik integritas, kejujuran, dan kualitas untuk semua orang.
7. *People* : Dalam etika Islam, pemasar (*people*) harus menunjukkan rasa tanggung jawab dalam empat kategori, yaitu tanggung jawab kepada Allah Swt., masyarakat, kesejahteraan sendiri, dan pada lingkungan. Apabila marketer melakukan pelanggaran pada salah satu dari tanggung jawab tersebut, maka tindakan itu adalah pelanggaran terhadap prinsip-prinsip Islam.

Menurut Abdullah pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktivitas bisnis dalam bentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami. Definisi ini didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam sebuah Hadis sekaligus menjadi kaidah fikih:<sup>28</sup>

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

Artinya: *Kaum Muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.*” (HR. Tirmidzi, dalam At- Tirmidzi IV, 1965: 584)

<sup>28</sup> Nurul Huda, dkk., *Op. cit.*, h. 60.

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.

Ini artinya bahwa dalam pemasaran syariah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami, sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apa pun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

## 5. Prinsip Pemasaran Syariah

Menurut Ismanto dalam praktiknya Prinsip-Prinsip pemasaran syariah tentu berkaitan erat dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Prinsip-prinsip bisnis islam sebagai berikut:<sup>29</sup>

### a. Prinsip Kesatuan (*tauhid*)

Prinsip ini adalah prinsip utama. Kegiatan apa pun yang dilakukan manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid. Prinsip ini akan melahirkan tekad bagi pelaku bisnis atau pemasaran untuk tidak berlaku diskriminasi pada semua pelaku bisnis sebagaimana QS Al-Hujurat [49]: 13, tidak melakukan praktik bisnis yang terlarang karena takut akan pengawasan Allah dan menghindari sifat serakah dan gemar melakukan penimbunan karena kekayaan adalah amanah Allah dan hanya milik Allah Swt.

<sup>29</sup> Ismanto Dikutip Dalam Buku Nur Asnawi dan Muhammad asnan Fanani, *pemasaran Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 142.

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.

b. Prinsip Kebolehan (*Ibahah*)

Prinsip ini memberikan kebebasan kepada pelaku pemasaran untuk menjalankan berbagai kegiatan bisnis, kecuali jika terdapat dalil yang secara tegas melarangnya. Prinsip ini terkait dengan kehalalan dalam melakukan transaksi baik dari segi proses maupun objek yang ditransaksikan. Dalam melarang kegiatan pemasaran, terdapat beberapa hal yang menjadi pedoman, seperti barang atau zat yang secara jelas dilarang untuk diperdagangkan, jenis usaha yang memang dilarang, dan metode bisnis yang secara tegas dilarang.

c. Prinsip Keadilan (*al'adl*)

Prinsip ini menyoroti pentingnya bagi pelaku pemasaran untuk mengutamakan kemanfaatan dalam aktivitas mereka. Islam memberikan kebebasan dalam transaksi, namun nilai-nilai keadilan, aturan agama, dan etika harus dipegang teguh. Keadilan dalam konteks ini mengacu pada prinsip bahwa setiap *individu* harus memperoleh apa yang sebenarnya menjadi haknya. Dengan menerapkan prinsip keadilan, keseimbangan akan terwujud, dan keseimbangan ini menjadi dasar untuk pengembangan kekayaan melalui aktivitas pemasaran. Keseimbangan akan menghasilkan harmoni dalam perputaran kekayaan, yang artinya kekayaan tidak hanya terkonsentrasi pada satu pihak saja.



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.

d. Prinsip Kehendak Bebas (*al-hurriyah*)

Keinginan atau kehendak merupakan bagian alami dari fitrah manusia, namun dalam Islam, kebebasan berkehendak adalah kebebasan yang dibatasi oleh prinsip keadilan. Kebebasan dalam Islam adalah kebebasan yang memiliki batasan, terkendali, dan terikat pada aturan yang ditetapkan oleh Allah. Penegakan syariat Allah bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam kehidupan di berbagai aspek. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa setiap orang memiliki kebebasan dalam melakukan pemasaran, namun tetap harus mematuhi syariat yang telah ditetapkan.

e. Prinsip Pertanggungjawaban

Setiap tindakan yang dilakukan manusia selama hidup di dunia, menurut Islam, akan diminta pertanggungjawaban di akhirat, termasuk dalam bisnis yang mereka jalankan. Prinsip pertanggungjawaban ini akan mengubah cara kita memandang ekonomi dan bisnis. Contoh tindakan yang dilarang dalam pemasaran adalah *tadlis*, yaitu melakukan pemasaran dengan cara berbohong untuk menarik calon konsumen. Dalam praktiknya, misalnya dalam penentuan margin atau ketentuan akuntansi, harus dilakukan dengan jujur dan transparan. Penyampaian akad yang digunakan dan transaksi harus bebas dari unsur *gharar*, *tadlis*, dan hal-hal lainnya yang meragukan.

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.

f. Prinsip Kerelaan (*ar-ridha*)

Prinsip ini menekankan pentingnya kejelasan bagi semua pelaku bisnis. Praktik bisnis dalam Islam harus berdasarkan kesepakatan yang dilakukan secara sukarela, tanpa paksaan atau intimidasi. Prinsip kesepakatan sukarela, yang juga dikenal sebagai (*antarodhin mingkum*), merupakan aspek kunci dalam menjalankan aktivitas muamalah, terutama dalam bisnis.

g. Prinsip Kemanfaatan

Salah satu prinsip dalam Islam yang sangat ditekankan adalah nilai kemanfaatan atau kegunaan dalam berbagai hal, bukan hanya sekadar mengikuti keinginan semata, terutama jika hal tersebut berpotensi mengakibatkan mudharat. Dalam konteks objek, misalnya, produk atau jasa yang dipasarkan dalam bisnis tidak hanya harus berlabel halal, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi konsumen yang menggunakannya. Jika suatu produk atau jasa pada dasarnya halal, namun ketika digunakan oleh konsumen tidak memberikan manfaat atau bahkan menimbulkan mudharat, produk tersebut akan menjadi mubazir dan dapat dianggap haram jika mudharatnya lebih besar dari manfaatnya.

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.

#### h. Prinsip Haramnya Riba

Praktek riba dalam aktivitas ekonomi dianggap sebagai salah satu praktek yang mengandung unsur zalim. Dalam praktiknya, ada pihak yang merasa dianiaya dan ada pihak yang melakukan penindasan. Zalim dalam konteks ini mencakup memberatkan atau menekan salah satu pihak secara tidak adil. Biasanya, pihak yang lebih diuntungkan dalam praktik ini adalah yang memiliki modal (kapital). Dalam Islam, terdapat solusi untuk mengatasi masalah ini, yaitu dengan melakukan transaksi berdasarkan kesepakatan sukarela, berbagi keuntungan atau kerugian, dan mengutamakan transparansi.

### 6. Pengertian Pendapatan Dalam Islam

Pendapatan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan individu maupun bisnis. Bagi pelaku usaha, pendapatan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan operasional karena digunakan untuk membiayai berbagai aktivitas usaha. Secara umum, pendapatan adalah uang yang diterima dari hasil penjualan barang atau jasa. Antonio menyebutkan bahwa pendapatan adalah peningkatan aset atau penurunan liabilitas yang terjadi selama periode tertentu sebagai hasil dari kegiatan yang halal, seperti perdagangan atau jasa, yang bertujuan memperoleh keuntungan..<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Eva septia dan Samsul Anam, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Ud Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar", *Penelitian Manajemen Terapan*, Volume 5., No. 1., (2020), h. 69.

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.

Menurut Sumardi pendapatan dilihat dari tiga sumber, yaitu:<sup>31</sup>

1. Pendapatan yang berasal dari sektor formal yaitu gaji yang diperoleh secara tetap, biasanya berupa gaji bulanan atau gaji mingguan.
2. Pendapatan yang berasal dari sektor informal yaitu berupa pendapatan tambahan yang berasal dari tukang buruh atau pedagang.
3. Pendapatan yang berasal dari sektor informal yaitu berupa pendapatan tambahan yang berasal dari tukang buruh atau pedagang.

Giang menambahkan bahwa pendapatan adalah hasil dari usaha seseorang atau keluarga dalam bekerja. Pendapatan dipengaruhi oleh jenis pekerjaan seperti buruh, pegawai, pengusaha, atau tukang, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan, menabung, atau berinvestasi.<sup>32</sup>

Dalam Islam, pendapatan harus diperoleh dari sumber yang halal. Penghasilan yang halal akan mendatangkan berkah dari Allah. Sebaliknya, harta yang didapat melalui cara yang tidak sah, seperti mencuri, korupsi, atau memperdagangkan barang haram, tidak hanya membawa bencana atau azab di dunia, tetapi juga siksa di akhirat.

<sup>31</sup> Muhammad Sapto Argo, femmy tasik, dkk., "Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di Kawasan Boulevard Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado)", *Ilmiah Society*, Volume 1., No. 1., (2021), h. 3.

<sup>32</sup> Anggia Ramadhan, Radian Rahim, dkk., *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*, (Tahta Media Group, 2023), h. 1-2.



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.

Sedangkan harta yang diperoleh dengan cara halal akan membawa keberkahan di dunia dan keselamatan diakhirat.<sup>33</sup> Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 114 yang berbunyi:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: *"Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang Telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu Hanya kepada-Nya saja menyembah"*

Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid (Imam Masjidil Haram) 114. Makanlah, wahai hamba-hamba, dari apa yang Allah Subhānahu rezekikan kepada kalian selama ia halal dan merupakan jenis yang baik untuk dimakan. Syukurilah nikmat Allah yang Dia berikan kepada kalian dengan mengakuinya sebagai pemberian dari-Nya dan memakainya untuk hal-hal yang Allah ridhai, apabila kalian menyembah Allah semata, tanpa menyekutukan-Nya dengan sesuatu.<sup>34</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah telah membimbing hamba-Nya untuk mencari rezeki yang memenuhi dua kriteria utama. Pertama, rezeki tersebut harus halal, yaitu yang telah ditentukan oleh Allah, dan kedua, rezeki tersebut harus thayyib, yaitu baik dan bergizi, serta tidak membahayakan tubuh dan akal. Mengingat bahwa nilai-

<sup>33</sup> M. Refki Alfares "Pengaruh Pendapatan Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Konsumsi Masyarakat Miskin Desa Terantang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Syariah", (Skripsi Program Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024), h. 28.

<sup>34</sup> <https://tafsirweb.com/4462-surat-an-nahl-ayat-114.html> Diakses Pada 28 Januari 2024.

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.

nilai Islam menjadi faktor utama dalam kehidupan rumah tangga seorang Muslim, maka seluruh aktivitas ekonomi dalam rumah tangga tersebut harus berdasarkan prinsip halal dan haram. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti produktivitas (pekerjaan), hak kepemilikan, konsumsi, transaksi, dan investasi. Aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan hukum ini akan mempengaruhi cara seorang Muslim mendistribusikan pendapatannya. Islam tidak membenarkan pendistribusian pendapatan yang berasal dari sumber yang haram, karena instrumen dalam distribusi pendapatan di dalam keluarga Muslim juga terkait dengan hukum (wajib atau sunnah).<sup>35</sup>

## 7. *Homestay*

*Homestay* merupakan rumah masyarakat yang ditumpangi atau disewa oleh wisatawan dengan tujuan untuk mengenal bahasa, budaya, keseharian, dan kearifan lokal dari masyarakat tersebut. Penginapan *homestay* dinilai dapat menambah pengalaman serta informasi mengenai aktivitas dan kebiasaan masyarakat lokal. Para wisatawan dapat mempelajari tentang living culture masyarakat lokal melalui interaksi langsung yang terjalin antara wisatawan dan masyarakat setempat, seperti rutinitas sehari-hari, bahasa daerah yang digunakan, dan kebiasaan adat istiadat. Sedangkan menurut Mahadewi *homestay/pondok* wisata adalah rumah tinggal milik pribadi yang sebagian disewakan sebagai tempat penginapan bagi wisatawan

<sup>35</sup> Winda Febriani Hsb, *op.cit.*, h. 27.

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.

dengan pembayaran harian, di mana pemilik dan wisatawan tinggal bersama. Sebagaimana rumah tinggal pada umumnya, *homestay* memiliki fungsi sebagai tempat tinggal, hanya saja yang membedakan adalah *homestay* sebagai tempat menginap orang yang bukan penghuni tetap dari rumah tinggal tersebut dengan pengenaan sewa atau pembayaran.<sup>36</sup>

Menurut Latifah dan Abdullah *homestay* syariah adalah hotel yang operasional dan pelayanannya sesuai dengan prinsip syariah dan pedoman pendidikan Islam, yang bertujuan untuk memberikan suasana damai, nyaman, sehat, dan bersahabat yang diperlukan bagi wisatawan, baik Muslim maupun non muslim.<sup>37</sup>

*Homestay* biasanya dikelola secara pribadi oleh keluarga atau individu, tanpa proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan evaluasi yang terstruktur. Meskipun hal ini wajar, *homestay* yang beroperasi permanen, terutama yang berbasis syariah, memerlukan manajemen khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Tuti Panghastuti, Sulistono, dkk., "Pengelolaan *Homestay* Berbasis Masyarakat Di Desa Ekowisata Pancoh Sebagai Daya Tarik Wisata", *Tourism Dan Community Service*, Volume 1., No. 2., (2024), h. 43.

<sup>37</sup> Eny Latifah dan Rudy Abdullah, "Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Syariah Di Indonesia". *Journal Of International Development Economics*, Volume 1., No. 2., (2022).

<sup>38</sup> Novi Yanti Sandra Dewi, Ahmad Hulaimi, dkk., "Manajemen *Homestay* Berbasis Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Halal Dan Ekonomi Kreatif", *Ilmiah*, Volume 16., No. 1., (2022), h. 85.

## B. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh peneliti:

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Ais Faisatul Imamah, Anna Zakiah Hastriana, (2023) <sup>39</sup> Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Di Toko Istana <i>Beauty</i> Ganding, Sumenep	Penelitian terhadap Toko Istana <i>Beauty</i> menggunakan metode lapangan dengan observasi langsung untuk menganalisis strategi pemasaran syariah melalui bauran produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi tersebut mencakup variasi produk, harga sesuai kualitas, lokasi strategis, serta promosi melalui media sosial dan penjualan online maupun offline. Hasilnya, strategi ini berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan hingga Rp 204.604.000, meskipun bersifat fluktuatif.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian pada Berkah <i>Homestay</i> Syariah, yaitu sama-sama menggunakan metode lapangan, membahas strategi <i>marketing mix</i> syariah, dan bertujuan menganalisis dampaknya terhadap pendapatan. Perbedaannya terletak pada objek dan ruang lingkup. Toko Istana <i>Beauty</i> fokus pada produk kosmetik dengan 4P, sedangkan Berkah <i>Homestay</i> Syariah bergerak di bidang jasa dan menggunakan 7P serta menekankan nilai-nilai syariah dan faktor pendukung serta penghambat dalam penerapannya.

<sup>39</sup> Ais Faisatul Imamah dan Anna Zakiah Hastriana, “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Di Toko Istana *Beauty* Ganding Sumenep”, *Of Islamic Economis*, Volume 1., No. 2., (2023) h. 165.



<sup>40</sup> Ahmad Muzni Wildan, Rafidah, dkk., “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Usaha Batik Dalam Peningkatan Pendapatan Di Kecamatan an Kota Jambi”, *Sains Student Research*, Volume 1., No. 1., (2023), h. 425.

<sup>41</sup> Hanifah dan Siti Rohmat, "Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Kelompok Tani Tunas Karya Desa", *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, Volume 4., No. 1., (2024), h. 70.

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, b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Karya Desa sukahaji	harga terjangkau, distribusi melalui pasar dan platform online, serta promosi via media sosial. Pemasaran dilakukan berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW, yaitu fathanah, amanah, tabligh, dan shiddiq. Hasilnya, pendapatan usaha meningkat signifikan dari tahun 2019 hingga 2022.	syariah dalam promosi dan distribusi, sementara penelitian kamu mencakup keseluruhan 7P.
4. Virza Ika Annastasya, Yulimah Fitasari, Lilis Renfiana, (2024) <sup>42</sup> Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kue Tradisional Warung Ibu Emi Untuk Meningkatkan Pendapatan	Penelitian pada UMKM Warung Ibu Emi menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan strategi pemasaran yang sesuai prinsip syariah berdampak positif terhadap pendapatan, dengan kenaikan sebesar 1,5% dari tahun 2021 ke 2022.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian kamu, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, membahas strategi pemasaran syariah, dan dampaknya terhadap pendapatan. Perbedaannya, Warung Ibu Emi bergerak di bidang kuliner dan tidak membahas seluruh unsur 7P, sedangkan penelitian kamu fokus pada jasa penginapan dengan pendekatan 7P secara menyeluruh.
5. Vevi Andriani, Rafidah, Ferri Saputra Tanjung, (2023) <sup>43</sup> Strategi Pemasaran Syariah Dalam	Penelitian pada Pondok Bakso Mini di Desa Peninjauan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menganalisis	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian kamu, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, membahas strategi pemasaran syariah, dan faktor yang memengaruhi pendapatan. Perbedaannya terletak pada objek, di

<sup>42</sup>Virza Ika Annastasya, Yulimah Fitasari, dkk., “Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kue Tradisional Warung Ibu Emi Untuk Meningkatkan Pendapatan”, *Of Islamic Economic and Finance*, Volume 5., No. 1., h. 2.

<sup>43</sup>Vevi Andriani, Rafidah, dkk., “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Didesa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu”, *Manajemen Sosial Ekonomi*, Volume 3., No. 2., (2023), h. 60.

Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Di desa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu	strategi pemasaran syariah berbasis 4P (produk, harga, tempat, promosi) dan kendala dalam meningkatkan pendapatan. Hasilnya, strategi difokuskan pada kualitas dan kehalalan produk, harga terjangkau, tempat yang nyaman, serta promosi dari mulut ke mulut. Pendapatan masih fluktuatif tergantung jumlah pengunjung.	mana penelitian ini fokus pada produk makanan dengan 4P, sedangkan kamu meneliti jasa penginapan dengan pendekatan 7P dan pemanfaatan promosi digital.
---	---	--

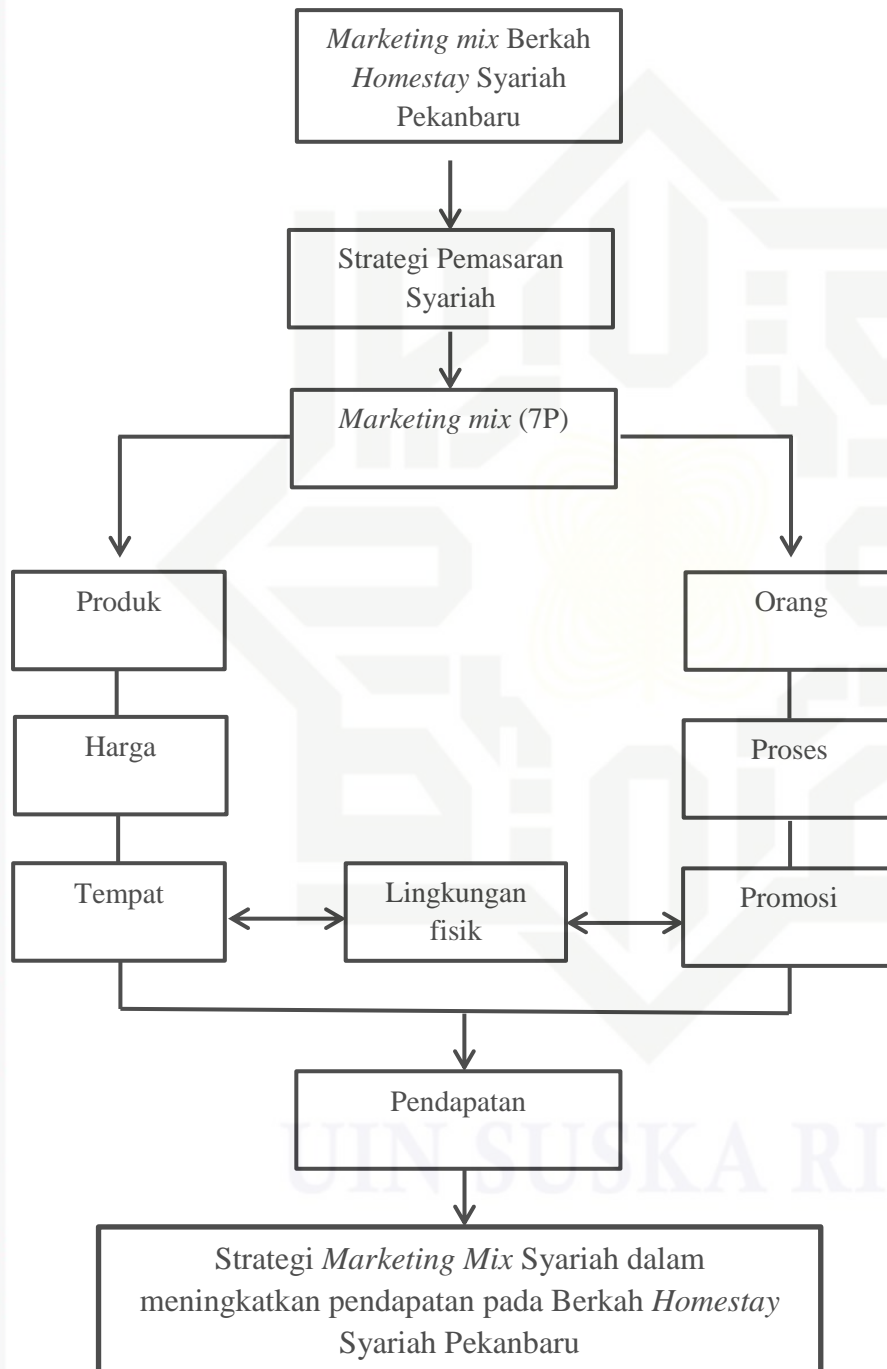
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

## C. Operasional Penelitian

Gambar II.1

### Operasional Penelitian



Sumber: penulis

- 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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





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 III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *Field Research* dengan pendekatan Kualitatif. *Field research* sendiri merujuk pada penelitian yang dilakukan langsung di lapangan untuk menjelaskan kondisi aktual, memberikan perlakuan tertentu pada subjek, atau mencari solusi atas permasalahan yang nyata di masyarakat. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi.<sup>44</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru terletak di Jalan Cipta Karya Gg. Auri No. 1 RT. 03, RW. 06, Kel. Sialangmunggu Kec. Tampan. Lokasi ini dipilih karena Berkah *Homestay* Syariah merupakan contoh penerapan marketing syariah dalam pariwisata, yang dijalankan langsung oleh pemilik Berkah *Homestay* Syariah.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru, sedangkan objek pada penelitian ini adalah Analisis Strategi *Marketing mix* syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru.

<sup>44</sup> Sulistyawati, *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: K-Media, 2023), h.

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.

#### D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara, informan merupakan orang yang menguasai dan memahami data ataupun fakta dari objek penelitian. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang diantaranya, 1 orang pemilik, 4 karyawan dan 5 konsumen.

Informan ada dua yaitu informan kunci dan informan pendukung:

1. Informan kunci adalah individu yang memiliki informasi mendalam tentang permasalahan yang diteliti. Mereka tidak hanya mengetahui kondisi umum, tetapi juga memahami secara rinci tentang informan utama. Pemilihan informan kunci bergantung pada unit analisis yang diteliti, misalnya, jika yang diteliti adalah organisasi, informan kunci biasanya adalah pimpinan organisasi tersebut.<sup>45</sup> Informan kunci yang saya pilih adalah pemilik Berkah *Homestay* Syariah karena mereka mengetahui segala hal terkait operasional, kebijakan, dan perkembangan *homestay* serta memiliki pandangan luas sebagai pengambil keputusan utama.
2. Informan pendukung adalah individu yang memberikan informasi tambahan untuk melengkapi data dari informan kunci. Mereka memiliki pengetahuan lebih spesifik tentang aspek tertentu dari topik

<sup>45</sup> Asrulla, Risnita, dkk., “Populasi Dan Sampling (Kuantitatif) Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis”, *Pendidikan Tambusai*, Volume 7., No. 3., (2023), h. 26329.

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.

yang diteliti.<sup>46</sup> Informan pendukung adalah karyawan dan konsumen Berkah Homestay Syariah yang terlibat langsung dalam operasional dan pelayanan.

### E. Sumber Data

Ada dua jenis sumber data di dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber di lapangan atau tempat penelitian dilakukan. Sumber data primer dapat berasal dari individu, kelompok, ataupun organisasi yang menjadi objek penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini, peneliti mendapatkan data primer melalui hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan secara langsung di usaha Berkah *Homestay* Syariah.

#### 2. Sumber Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian data sekunder melalui studi pustaka. Penelitian ini menggunakan informan sebagai sumber data yang akan diolah. Pemilihan informan, berdasarkan pada subjek yang memiliki banyak informasi mengenai permasalahan yang penulis teliti.

---

<sup>46</sup> Fajar Nurdiansyah Dan Henhen Siti Rugoyah, "Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum Dan Saat Pandemic Covid 19", *Purnama Brazam*, Volume 2., No, 2., (2021), h. 161.

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

## F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara dan dokumentasi. Dibawah ini penulis uraikan masing-masing dari teknik pengumpulan data tersebut:

### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk melihat penerapan strategi *marketing mix* syariah di Berkah Homestay Syariah Pekanbaru. Aspek yang diamati meliputi elemen-elemen 7P, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan lingkungan fisik. Pengamatan dilakukan secara langsung melalui aktivitas pemasaran serta interaksi dengan pemilik atau karyawan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan terencana antara pewawancara dan narasumber untuk memperoleh informasi tertentu. Wawancara merupakan pertemuan terencana antara pewawancara dan narasumber untuk memperoleh informasi tertentu. Dalam penelitian ini, digunakan wawancara tertutup, yaitu wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, di mana respon narasumber dibatasi pada pilihan jawaban seperti ya atau tidak. Meskipun demikian, peneliti tetap melakukan penggalian informasi tambahan secara terbatas, seperti meminta penjelasan singkat atas



#### 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.

jawaban yang diberikan, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi dan strategi yang diterapkan di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan bahan tertulis atau gambar yang digunakan sebagai sumber informasi dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara terstruktur dan dokumentasi visual. Dokumentasi visual berupa foto-foto tampilan fisik *homestay* serta fasilitas yang tersedia, diperoleh langsung dari pemilik Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru. Dokumentasi ini digunakan untuk mendukung analisis penerapan strategi *marketing mix* syariah.

### G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasikan data-data berdasarkan kategori-kategori atas dasar permasalahan. Menurut Miles dan Huberman, analisis data bertujuan untuk memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai hubungan sebab-akibat dalam konteks pemikiran orang setempat, serta memperoleh penjelasan yang mendalam dan bermanfaat. Secara umum, analisis data

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.

terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.<sup>47</sup>

1. Reduksi data (*Data Reduction*)

Dalam penelitian ini, proses reduksi data dilakukan sebagai langkah awal untuk menyaring dan menyederhanakan informasi yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru. Sesuai dengan pandangan Miles dan Huberman, reduksi data mencerminkan pilihan analisis peneliti dalam menentukan data mana yang perlu difokuskan, dikode, atau disisihkan. Data yang direduksi mencakup elemen-elemen *marketing mix* syariah serta tanggapan dari pemilik dan karyawan, dengan tujuan menyingkirkan informasi yang tidak relevan agar analisis dapat lebih terarah dan bermakna.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Menurut Miles dan Huberman data yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah berupa teks yang bersifat naratif.

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berisi informasi tentang penerapan strategi *marketing mix* syariah di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru. Data ini mencakup elemen-elemen seperti produk, harga, tempat, dan promosi, yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Data akan disajikan dalam bentuk cerita dan kutipan

<sup>47</sup> Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia 2014), h. 16.

**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.

langsung untuk menjelaskan strategi yang diterapkan serta tanggapan yang relevan.

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Dalam penelitian ini, verifikasi dilakukan untuk menelusuri dan memastikan makna dari data terkait penerapan elemen-elemen 7P *marketing mix* syariah di Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru, yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Sesuai dengan pandangan Miles dan Huberman, proses ini melibatkan pencarian keteraturan, pola, alur sebab-akibat, serta pembentukan proposisi berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik dan karyawan, guna memperoleh pemahaman yang valid dan mendalam terhadap strategi yang diterapkan untuk meningkatkan pendapatan.

**H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

**1. Sejarah Singkat Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru**

Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru didirikan sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan akomodasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah di kota Pekanbaru. Berawal dari sebuah usaha kecil pada tahun (2018), *homestay* ini berkembang dengan konsep yang mengutamakan kenyamanan, keamanan, serta layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

#### 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.

Terletak di lokasi strategis, tepatnya di Jalan Cipta Karya, Gang Auri, *homestay* ini berada dekat dengan masjid, Alfamart, serta tidak jauh dari jalan raya, sehingga memudahkan akses bagi para tamu.

Seiring waktu, Berkah *Homestay* Syariah berhasil menarik perhatian wisatawan, pebisnis, serta keluarga Muslim yang mencari tempat menginap yang ramah syariah. Dengan menerapkan konsep *marketing mix* syariah, *homestay* ini fokus pada kualitas layanan, harga yang kompetitif, lokasi strategis, serta promosi yang sesuai dengan etika Islam.

Kini, Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru terus berinovasi dalam memberikan pengalaman menginap yang nyaman dan berkah bagi para tamunya, sekaligus menjadi salah satu pelopor dalam industri akomodasi syariah di wilayah Pekanbaru.

Dengan Logo *Homestay* Seperti Gambar Dibawah Ini:

**Gambar III.1**  
**Logo Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru**





**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.

## 2. Visi Dan Misi Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru

### 1) Visi Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru

“Menjadi *homestay* syariah unggulan di Pekanbaru yang nyaman, berkualitas, dan sesuai dengan prinsip Islam.”

### 2) Misi Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru

- a. Menyediakan akomodasi yang aman dan sesuai syariah.
- b. Mengutamakan pelayanan ramah dan profesional.
- c. Menawarkan harga terjangkau dengan layanan terbaik
- d. Menerapkan prinsip *marketing mix* syariah.

## 3. Struktur Organisasi Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru

**Gambar III. 2**  
**Struktur Organisasi Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru**



Sumber: *berkah homestay syariah pekanbaru*

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 V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Strategi *Marketing Mix* Syariah yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan pada Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru dilakukan melalui penerapan tujuh elemen (7P), yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan lingkungan fisik yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam. Produk yang ditawarkan berupa kamar yang dilengkapi fasilitas ibadah dan dijalankan dengan ketentuan syariah seperti verifikasi status pasangan. Harga ditetapkan secara adil dan tidak berubah-ubah. Lokasi strategis dekat fasilitas umum, promosi dilakukan melalui media sosial, *Google Maps*, dan rekomendasi tamu. Proses pelayanan cepat dan sederhana, orang (karyawan) menjaga adab dan sopan santun sesuai syariat, serta lingkungan fisik yang bersih dan nyaman. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan pendapatan dari tahun ke tahun.
2. Faktor pendukung meliputi komitmen pengelola, layanan konsisten, dukungan sosial, kebutuhan pasar, dan akses digital. Hambatannya berupa kurangnya staf perempuan, belum ada ruang salat khusus, dan sulitnya menyampaikan nilai syariah kepada tamu yang beragam.

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.

## B. Saran

1. Disarankan agar Berkah *Homestay* Syariah lebih aktif memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk menjangkau konsumen muda. Layanan tambahan seperti city tour syariah, sarapan halal, dan kerja sama dengan usaha lokal bisa jadi nilai tambah. Fasilitas juga perlu ditingkatkan, seperti memperluas musholla. Pelatihan karyawan dan evaluasi rutin strategi pemasaran penting untuk menjaga kualitas layanan dan menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.
2. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak *homestay* syariah di berbagai daerah untuk perbandingan yang lebih luas. Juga perlu mempertimbangkan faktor eksternal seperti tren wisata halal, perilaku wisatawan Muslim, dan pengaruh digitalisasi dalam pemasaran *homestay* syariah agar hasilnya lebih lengkap dan berguna.

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

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Anggito Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat : CV Jejak, 2018.
- Al Arif, Dalam Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017)
- Asnawi Nur, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Daniel adolf ohyver, dkk., *homestay*, (jawa tengah: CV arta media, 2023)
- Fawzi Marissa Grace Haque, Ahmad Syarief Iskandar, dkk., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*, Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.
- Kartajaya Hermawan, *Pemasaran Syariah "Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam"*, Bandung: Cv. Media Sains Indonesia, 2023.
- Lesmana Nandang, Ilham Hakim, dkk., *Manajemen Pemasaran*, Depok: Strategi Citra Semesta, 2022.
- Lovelock, dalam Endah Meiria, *Bauran Pemasaran Islam Berbasis Nilai Pelanggan*, (Depok: Rajawali Press, 2021)
- Mamik, *Metode Kualitatif*, Taman Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2015.
- Mandung Fitriani dan Sabri Hasan, *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia 2014), h. 16.
- Moeleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nurhasanah Siti dan Agus Jayadi, dkk., *Strategi Pembelajaran*, Jakarta: Edu Pustaka, 2019.
- Nurmansyah dan Burhan, *Manajemen Strategi*, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2023.
- Ramadhan Anggia, Radian Rahim, dkk., *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*, Tahta Media Group, 2023.



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.

Sulistiyawati, *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: K-Media, 2023)

Winardi Endang Widi, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*, Jakarta: Bumi Aksara, 2018.

Yunia Wardi, dkk., *Pemasaran Wisata Halal*, (Depok: Rajawali Pers, 2021)

**B. Jurnal**

A.E. Sagita, M. Najib, dkk., “Marketing mix Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Pada Salon Muslimah Di kota Bogor”, *Syarikah*, Volume 6., No. 1., (2020)

Amelia Rika Nur dan Eny latifah, “Penerapan Prinsip Syariah Pada Homestay Syariah”, *Of International Development Economies* Volume 1. No. 2 (2022).

Andriani VeIV, Rafidah, dkk., “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini Didesa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu”, *Manajemen Sosial Ekonomi* Volume 3. No. 2 (2023).

Argo Muhammad Sapto, femmy tasik, dkk., “Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di kawasan Boulevard Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado)”, *Jurnal Ilmiah Society* Volume 1. No. 1 (2021).

Arif Budi Wiyono, Vecky A. J Masinambow, dkk., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Segar Paal 2 Di Manado”, *Berkala Ilmiah* Volume 23. No. 6 (2023).

Arif Muh. dan Andi Sismar, “Peran Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sinar Aneka Sorong Papua Barat Daya”, *Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan* Volume 13. No. 1 (2024).

Arifin Ichwan, “Prinsip-Prinsip Dalam Pemasaran Syariah”, *Kajian Islam Dan Masyarakat* Volume 5. No. 2 (2022).

Asrulla, Risnita, dkk., “Populasi Dan Sampling (Kuantitatif) Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis”, *Pendidikan Tambusai* Volume 7. No. 3 (2023).

Cahya Faiz Agil Dwi dan Raden Roro Ratna Roostika, “Peran Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Customer

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.

- Engagement Pada Perusahaan Jasa Guruinovatif.Id”, *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi* Volume 8. No. 2 (2024).
- Dewi Novi Yanti Sandra, Ahmad Hulaimi, dkk., “Manajemen *Homestay* Berbasis Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata Halal Dan Ekonomi Kreatif”, *Jurnal Ilmiah* Volume 16, No. 1 (2022).
- Fadilah Nur, “Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syariah”, Volume 1. No. 2 (2020).
- Hanifah dan Siti Rohmat, “Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Kelompok Tani Tunas Karya Desa Sukahaji”, *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah* Volume 4. No. 1 (2024).
- Hasyim Hasnil, “Peluang Dan Tantangan Industri Di Indonesia”, *Ekonomi dan Bisnis Islam* Volume 7. No. 2 (2023).
- Hidayat Taufan, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli”, *Ilmu Manajemen* Volume 17. No. 2 (2020).
- Imamah Ais Faisatul dan Anna Zakiyah Hastriana, “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Di Toko Istana Beauty Ganding Sumenap”, *Of Islamic Economis* Volume 1. No. 2 (2023).
- Irodatul Hasanah, Abdur Rahman, dkk., “Perencanaan Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Melalui Pendekatan *Marketing mix* Dalam Mengembangkan Wisata Cakra Suramadu”, *Pariwisata Idonesia*, Volume 18., No. 2., (2022)
- Izzatun Maghfirah, “Analisis Strategi Pemasaran Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam dan Marketing Syariah (Studi Kasus Di hotel Wali Songo Surabaya)”, *Ekonomi Syariah*, Volume 5., No. 1., (2022).
- Julianti, Nurul Hak, dkk., “Analisis *Marketing mix* syariah Pada Hotel Qieran Syariah Kota Bengkulu” *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Volume 11., No. 2., (2023).
- Khaudli Muhammad Imam, “Implementasi Bauran Pemasaran Home Industry Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* Volume 13. No. 2 (2022).
- Muali Chusnul dan Khoirun Nisa, “Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual”, *Ekonomi Syariah* Volume 5. No. 2 (2019).

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

- Muhammad Fadhlan dan Ganjar Eka Subakti “ Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia Dan Dunia”, *Of Halal*, Volume. 5., No. 1., (2022)
- Muslimin, Zabir Zainuddin, dkk., “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha UMKM Sederhana”, *Of Economic And Business* Volume 3. No. 2 (2022).
- Musrofah Rezza Anni dan Dian Candra Fatihah, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Kesejahteraan Anggota Koperasi IVyata IVrajati Sesko Ad Bandung”, *Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi* Volume 5. No. 2 (2021).
- Mysrawati dan Yessy Septimadona, “ Strategi Marketing Mis Islam Dalam Meningkatkan Pelangan (Studi Pada Hotel Grand Mempura Kecamatan Mempura)”, *Ekonomi Syariah*, Volume. 3., No. 1., (2024).
- Nasution, “Branding Syariah Pada Industri Perhotelan. At-Tijarah”, *Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Volume 6. No. 1 (2020).
- Nurdiansyah Fajar dan Henhen Siti Rugoyah, “Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelun Dan Saat Pandemic CoIVd 19”, *Purnama Brazam* Volume 2. No, 2 (2021).
- Nurhayaty Maria, “Strategi *Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence)* 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis”, *Media Teknologi* Volume 8. No. 2 (2022).
- Panghastuti Tuti, Sulistono, dkk., “Pengelolaan *Homestay* Berbasis Masyarakat Di Desa Ekowisata Pancoh Sebagai Daya Tarik Wisata”, *Tourism dan Community Service* Volume 1. No. 2 (2024).
- Rahma Diana dan Irham Rizka, “Analisa Bauran Pemasaran Jasa Hotel Belangi Syariah Takengon” *Ilimiah Ilmu Manajemen*, Volume 6., No. 1., (2024).
- Rambe Dhea Nita Syafina dan Nuri Salami, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global”, *Pengabdian Masyarakat* Volume 1. No. 2 (2021).
- Saputri Lisa Indah dan Mutiara Shifa, “Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Perbankan Syariah* Volume 3. No. 1 (2024).
- Septia Eva dan Samsul Anam, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Ud Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar”, *Penelitian Manajemen Terapan* Volume 5. No. 1 (2020).



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.

Setiyawan Apnes Nur, Indah Wahyu Utami, dkk., “Pengaruh *Marketing mix* 7p Terhadap Minat Beli Konsumen Didodolan Coffe Solo”, *Rekayasa Proses Dan Industri Terapan* Volume 1. No. 3 (2023).

Siti Mjidah dan Istianah, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p Di Era 5.0 Berbasis Maqasid Syariah”, *Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 6., No. 1., (2023)

Siti Rina dan Indra Muis, “Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Penginapan Hartika Hotel Syariah Bekasi”, *Mahasiswa Bina Insani*, Volume 10., No. 1., (2025).

Susie Suryani dan Nawarti Bustamam “Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah ProIVsi Riau”, *Ekonomi KIAT*, Volume. 32., No. 2., (2021).

Wildan Ahmad Muzni, Rafidah, dkk., “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Usaha Batik Dalam Peningkatan Pendapatan Di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi”, *Jurnal Sains Student Research* Volume 1. No. 1 (2023).

Wulandari Rindiani, Choiriyah, dkk., “Analisis Strategi Pemasaran Syariahterhadap Pengembangan Umkm Dapoer Kemas Nyimas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang Tahun 2020-2021”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah* Volume 2. No. 2 (2022).

### C. Skripsi

Alfares M. Refki “*Pengaruh Pendapatan Dan Jumlah Anggota Keluarga Terhadap Konsumsi Masyarakat Miskin Desa Terantang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Syariah*”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2024.

Hsb Winda Febriani, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Simonis Kabupaten Labuhan Batu Utara Menurut Perspektif Ekonomi Islam*”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.



#### 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.

#### D. Website

<https://tafsirweb.com/4462-surat-an-nahl-ayat-114.html> Diakses Pada Tanggal 28 Januari 2024

<https://www.bola.com/ragam/read/5377072/12-hadis-tentang-kebersihan-lengkap-beserta-artinya?page=> Diakses Pada 25 April 2025

<https://bimbinganislam.com/poster/pilihlahyangmudahbagimudalamhidupinidanusahakanjanganmempersulitoranglain/#:~:text=%E2%80%9CPermudahlah%20dan%20jangan%20mempersulit%2C%20berikanlah,niscaya%20anda%20akan%20lebih%20bahagia>. Diakses Pada 25 April 2025.

<https://rancaekek.com/islam-memuliakan-perdagangan-dalil-al-quran-dan-hadis-tentang-keutamaan-berdagang.html?i=1> Diakses Pada 25 April 2025

<https://kumparan.com/kabar-harian/13-hadits-tentang-kebersihan-anjuran-menjaga-kebersihan-bagi-umat-islam-22DKnVtHgW8/4> Diakses Pada 24 April 2025

<https://www.detik.com/hikmah/doa-dan-hadits/d-6730290/anjuran-memuliakan-tamu-ini-hadits-dan-keutamaannya> Diakses Pada 24 April 2025

## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

INDIKATOR	PERTANYAAN	INTERVIEWEE
1. Product	Bagaimana penerapan konsep produk di Berkah <i>Homestay</i> Syariah, terutama dalam hal fasilitas dan layanan yang diberikan kepada tamu?	Pemilik, Penanggung Jawab 1, Penanggung Jawab 2, Karyawan 1, Karyawan 2
2. Price	Bagaimana kebijakan harga diterapkan di Berkah <i>Homestay</i> Syariah?	
3. Place	Bagaimana pemilihan lokasi diterapkan di Berkah <i>Homestay</i> Syariah?	
4. Promotion	Bagaimana strategi promosi diterapkan di Berkah <i>Homestay</i> Syariah?	
5. Process	Bagaimana proses pelayanan dijalankan di Berkah <i>Homestay</i> Syariah?	
6. Physical Evidiance	Bagaimana kondisi lingkungan fisik Berkah <i>Homestay</i> Syariah?"	
7. People	Bagaimana pemilik memilih karyawan untuk bekerja di Berkah <i>Homestay</i> Syariah?	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

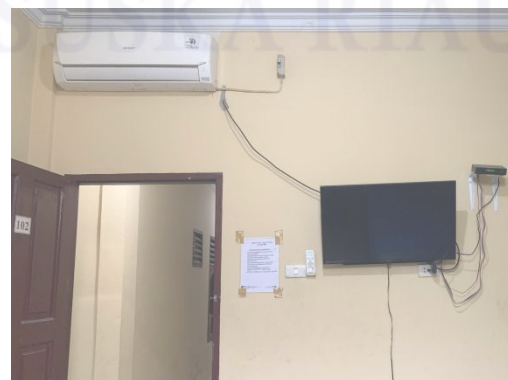
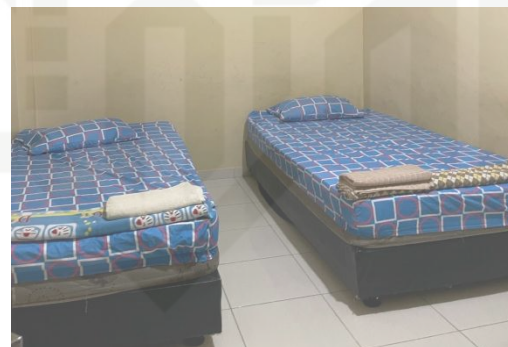
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN 2

### DOKUMENTASI

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

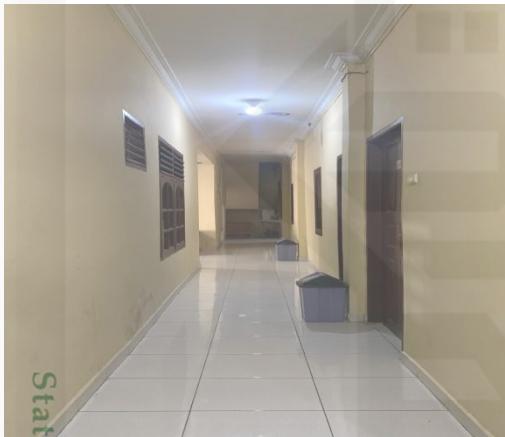
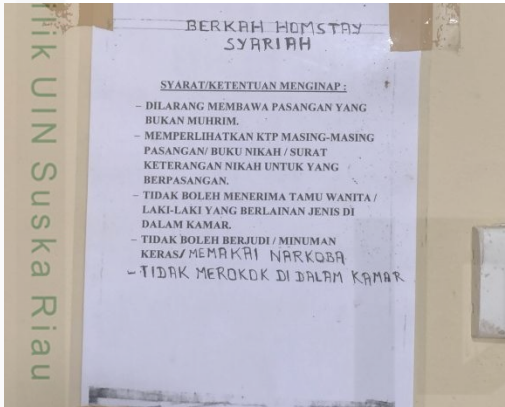
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





### 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.







## PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul : **Analisis Strategi *Marketing Mix* Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Berkah *Homestay* Syariah Pekanbaru** yang ditulis oleh:

Nama : **Auliya Nurhidayah**

Nim : **12120521148**

Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

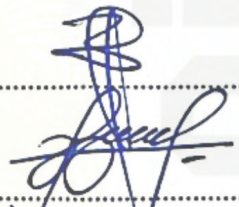
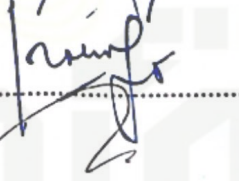


Pekanbaru, 16 Juni 2025  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**Muhammad Nurwahid, M.Ag**


Sekretaris  
**Haniah Lubis, ME. Sy**

Penguji I  
**Nur Hasanah, SE., MM**

Penguji II  
**Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec**

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

Mengetahui  
Wakil Dekan I

  
**Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A**  
NIP. 19711006 200212 1 003

- 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.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 26 Februari 2025

: Un.04/F.I/PP.00.9/2498/2025

: Biasa

: 1 (Satu) Proposal

: Mohon Izin Riset

Kepada Yth.

Pemilik Berkah Homestay Syariah Pekanbaru

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : AULIYA NURHIDAYAH  
NIM : 12120521148  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VIII (Delapan)  
Lokasi : Berkah Homestay Syariah Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Berkah Homestay Syariah Pekanbaru

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor  
Dekan

Dr. Zulkifli, M. Ag

IP.19741006 200501 1 005

Tembusan :

Rektor UIN Suska Riau





## BERKAH HOMESTAY SYARIAH

Jl. [Cipta Karya Gg. Auri No. 1], Pekanbaru – Riau

Telp: [083852777234]

### SURAT PERNYATAAN

Nomor: 01/BHS/III/2025

Perihal: Balasan Permohonan Izin Riset

Kepada Yth.

[Auliya Nurhidayah]

di

Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat saudara pada tanggal 5 Maret 2025 perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama Auliya Nurhidayah dengan judul "ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BERKAH *HOMESTAY* SYARIAH PEKANBARU".

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data dilakukan selama 1 bulan setelah tanggal di tetapkan.

Demikian surat balasan dari kami.

Pekanbaru

Tanggal 6 Maret 2025

Berkah Homestay

Syariah

(Hilda)

Pimpinan

- 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.