

**PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG TOKO KELONTONG DI DESA LUBUK MUMPO
KECAMATAN GUNUNG MEGANG
KABUPATEN MUARA ENIM**



SKRIPSI SARJANA S1

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)**

OLEH:

WELLY NUR RAHMADIA

642019024

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2023

Hal: Persetujuan Skripsi

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

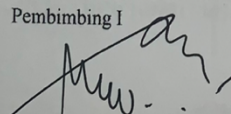
Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul : "PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG TOKO KELONTONG DI DESA LUBUK MUMPO KECAMATAN GUNUNG MEGANG KABUPATEN MUARA ENIM". Yang di tulis oleh WELLY NUR RAHMADIA telah dapat diajukan dalam Sidang Munaqasyah Fakuitas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

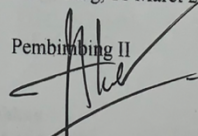
Palembang, 11 Maret 2023

Pembimbing I


Dr. Purmansyah Ariadi, S.ag., M.Hum

NMB/NIDN: 731454/0215126904

Pembimbing II


Hendri Nur Alam S.E., M.si

NBM/NIDN: 1231101/0222108202

PENGESAHAN SKRIPSI

**PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN
PEDAGANG TOKO KELONTONG DI DESA LUBUK MUMPO
KECAMATAN GUNUNG MEGANG
KABUPATEN MUARA ENIM**

Yang ditulis oleh: Welly Nur Rahmadia, 642019024
Telah dimunaqasahkan dan Dipertahankan
Didepan panitia Penguji skripsi
Pada tanggal 16 Maret 2023
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh :

**Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Palembang, 16 Maret 2023
Universitas Muhammadiyah Palembang
Fakultas Agama Islam**

Panitia Penguji

Ketua

Dr. Rulitawati, S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 895938/0206057201



Sekretaris

Helyadi, S.H., M.H
NBM/NIDN: 995861/0218036801

Penguji I

Dr. Drs Hoirul Amri, M.E.Sy.
NBM/NIDN: 1098817/0212056605

Penguji II

Fikri Junanda, S.E., M.Si
NBM/NIDN :1200724/0222068601

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmayah Ariadi, S.Ag., M.Hum.
NBM/NIDN: 731454/0215126904

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Welly Nur Rahmadia
Tempat/Tanggal Lahir : Batam, 26 November 2000
Nim : 642019024
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul **"PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG TOKO KELONTONG DI DESA LUBUK MUMPO KECAMATAN GUNUNG MEGANG KABUPATEN MUARA ENIM"**. adalah benar karya penulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka sepenuhnya bersedia menerima sanksi yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikianlah surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Palembang, 11 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Welly Nur Rahmadia
642019024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وُسْعَهَا إِلَّا نَفْسًا اللَّهُ يُكْفِ لَا

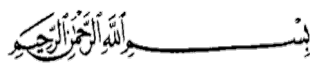
Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS Al-Baqarah 286)

Alhamdulillah, Skripsi ini **Ku Persembahkan** untuk:

- ❖ ALLAH SWT yang selalu memberkahi langkah ku.
- ❖ Kedua Orang tua ku yaitu Ayahanda Sulhani dan Ibunda Saniah tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh ikhlas untuk keberhasilan anak-anaknya beserta keluarga ku yang selalu memotivasi untuk keberhasilan ku.
- ❖ Serta Adekku Hamsa, Nia, Sunandani yang selalu menghibur serta memberikan semangat dalam kondisi apapun.
- ❖ Seluruh Keluarga Besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Allhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat, taufik serta Hidayah dan Karunianya skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, Sehingga Penulis dapat Menyelesaikan Skripsi yang Berjudul **“PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG TOKO KELONTONG DI DESA LUBUK MUMPO KECAMATAN GUNUNG MEGANG KABUPATEN MUARA ENIM”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam Penyusunan Skripsi ini, penulis Menyadari banyak mendapat bantuan dan Bimbingan dari berbagai pihak, baik dari Fakultas, Keluarga serta Sahabat-sahabat seperjuangan. Oleh karna itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- ❖ Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum., Dekan Fakultas Agama Islam.
- ❖ M. Jauhari S.E., M.si Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
- ❖ Fikri Juanda S.E., M.si dosen Pembimbing Akademik.

- ❖ Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum., selaku pembimbing I dan Bapak Hendri Nur Alam S.E., M.si selaku Pembimbing II, yang telah membantu dan Membimbing serta Meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
- ❖ Wakil Dekan I, II, III, dan IV serta ketua Prodi, semua Dosen dan Staf Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang tanpa terkecuali yang Namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.
- ❖ Kedua Orang tua ku yaitu ayahanda Sulhani dan Ibunda Saniah tercinta yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh ikhlas untuk keberhasilan anak-anaknya beserta keluarga ku yang selalu memotivasi untuk keberhasilan ku.
- ❖ Serta Adekku Hamsani, Nia Rahmadai dan Sunandani yang selalu menghibur serta memberikan semangat dalam kondisi apapun.
- ❖ Seluruh Keluarga Besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- ❖ Ketua Yayasan, Kepala Desa Lubuk Mumpo, serta perangkat Desa Lubuk Mumpo.
- ❖ Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam perkuliahan ini.
- ❖ Almamaterku Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Untuk tercinta ku, Habi Mustofa terima kasih yang telah Mensupport penuh dalam menuntut Ilmu Hingga keperguruan Tinggi saat ini.
- ❖ Terima Kasih kepada Teman-Teman dan Sahabat ku Tercinta yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah menghibur untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Dengan iringan Do'a, motivasi serta dukungan semoga semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik isi maupun susunan bahasanya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangunkan semangat penulis agar dapat lebih baik lagi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri pribadi dan pembaca, Aamiin yaa Rabbal'amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, 11 Maret 2023

Penulis

Welly Nur Rahmadia
NIM 642019024

ABSTRAK

Welly Nur Rahmadia, NIM 642019024, Skripsi yang berjudul “Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim”.

Adapun permasalahan diantaranya sebagai berikut: (1) Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Toko Kelontong. (2) Apa yang menjadi Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemasaran Pedagang toko Kelontong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Untuk Mengetahui Strategi yang dipakai oleh pedagang toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim (2) Untuk Mengetahui Faktor Pendukung dan Peghambat yang dihadapi oleh Pedagang toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim . Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Deskripsi. Yaitu dengan mengumpulkan, menyusun dan mendeskripsikan berbagai Observasi, Dokumentasi dan Wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; *pertama*, Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim sudah ada sebagian di kerjakan. *Kedua*, Faktor Pendukung dalam Pemasaran Pedagang toko Kelontong yaitu: Dukungan Keluarga, Ketekunan dan Sabar, Bertahan dalam Berdagang, Harga Relative Terjangkau dan Selalu Tolong Menolong. dan adapun Faktor Penghambat Kendala dalam Pengantaran, Terkendala Sering Menghutang, Harga tidak Stabil, Barang Kadaluarsa dan Adanya Virus Covid.

Kata Kunci: Perspektif Ekonomi Islam dalam Strategi Pemasaran.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A...Latar Belakang Masalah.....	1
B... Rumusan Masalah.....	6
C... Fokus Penelitian.....	6
D... Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, HIPOTESIS	
PENELITIAN, DAN PENELITIAN YANG RELEVAN	
A...Landasan Teori.....	8
1....Pengertian Ekonomi	8

2....Pengertian Ekonomi Islam	13
3....Konsep dan Sumber Daya Manusia Menurut Islam	15
4....Pengertian Strategi	19
5....Pemasaran	20
6....Bauran Pemasaran	22
7....Konsep Pemasaran	24
8....Pengertian Pedagang	26
9....Prinsip Bisnis Pedagang	28
B... Penelitian Relavan	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A... Pendekatan Penelitian	37
B... Situasi Sosial dan Subjek Penelitian.....	38
C... Jenis dan Sumber Data.....	38
D... Teknik Pengumpulan Data	39
E... Teknik Analisis Data	40
F... Uji Kepercayaan Data	41
G... Rencana dan Waktu Penelitian	44

BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

A... Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1.... Sejarah Singkat Desa Lubuk Mumpo.....	45
2.... Keadaan Demografis	46
B... Temuan Penelitian dan Pembahasan Penelitian	53

1....Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim	53
2....Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemasaran Pedagang toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim.....	57

BAB V PENUTUP

A...Kesimpulan	63
B...Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I** : Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN II** : Sk Pembimbing I dan II
- LAMPIRAN III** : Surat Izin Penelitian
- LAMPIRAN IV** : Surat Balasan Izin Penelitian
- LAMPIRAN V** : Bukti Konsultasi Pembimbing I dan II
- LAMPIRAN VI** : Bukti Konsultasi Skripsi Penguji I dan II
- LAMPIRAN VII** : Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN VIII** : Dokumentasi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pedagang Toko Kelontong Desa Lubuk Mumpo.....	4
Tabel 3.1 Rencana dan Waktu Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Golongan Umur Penduduk.....	47
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama.....	48
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan.....	49
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	50
Tabel 4.5 Pejabat Desa Lubuk Mumpo.....	51
Tabel 4.6 Bagan Permusyawaratan Desa.....	52
Tabel 4.7 Data Informasi Wawancara.....	53

DATA GAMBAR

Gambar 1.1 Komunikasi Jasa dan Barang	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa Lubuk Mumpo	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap kegiatan bisnis selalu berusaha untuk mencapai tujuan dan sasaran bisnisnya. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau dibeli pelanggan dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW.

Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.¹ Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berloma-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis atau bermuamalah. Secara umum, pemasaran adalah proses perencanaan dan

¹ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Suka, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006) hal.29.

pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran antara yang memenuhi sasaran inividu dan organisasi.²

Dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Untuk itu, pengusaha yang berhasil adalah mereka yang pandai menyesuaikan diri dengan perubahan. Penyesuaian dengan perubahan kondisi konsumen dan persaingan dalam memperebutkan konsumen. Ancaman dari pesaing baru dengan strategi yang baru juga perlu diantisipasi dengan menganalisa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari keuangan, sumber daya manusia, jaringan dan sebagainya.³

Berikut pengertian dari Ekonomi Islam, Strategi Pemasaran, dan Pedagang :

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian atau yang sering didengar dengan ekonomi syariah. Strategi pemasaran adalah strategi yang dirancang untuk mempromosikan barang atau jasa sehingga akan menghasilkan keuntungan. Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.

Sejalan dengan hal tersebut, seperti halnya pedagang toko kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim yang

² Sunarto, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Amus, 2010) hal 4-5.

³ Priangani. *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Globa 2010 I*. Jurnal Kebangsa. Vol 2.No 4 hal 26.

menjalankan strategi pemasaran guna dapat bersaing untuk menunjukkan keunggulan atau kekuatan yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini dilatar belakangi oleh suatu pemikiran bahwa suatu bisnis tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang sesuai dengan pemiliknya. Iklim persaingan usaha yang sehat akan menjamin tercapainya efektif dan efisiensi sistem perekonomian. Melalui persaingan usaha yang sehat pula, akan terjamin adanya kesempatan-kesempatan berusaha yang sama antara pelaku usaha pedagang toko kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim. Selain itu, persaingan usaha yang sehat akan meningkatkan daya saing para pemilik usaha, sehingga mampu bersaing di pasar dalam negeri maupun internasional.

Firman Allah SWT pada ayat Al-Quran yang menganjurkan bersaing secara sehat dan tidak dengan cara yang bathil dan bersaing secara murni dan bersaing dalam hal kebaikan untuk mendapat ridha Allah SWT.

(QS. An- Nisa: 29):⁴

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 bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha

⁴ Departemen Republik Indonesia Rujukan Al-Qu’ran dan Terjemahnya . 2002. (Semarang: CV Toha Putra.)pukul 20.00.WIB.

Penyayang". Berikut merupakan Pedagang Toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim.⁵

Tabel 1.1

Pedagang Toko Kelontong Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim

NO.	NAMA TOKO	TAHUN BERDIRINYA TOKO
1	Sunandani	2008
2	Sidin	2008
3	Tika	2017
4	Karimin	2012
5	Rustam	2014
6	Suryadi	2015
7	Rudi	2016
8	Mak gelas	2016
9	Balit	2017
10	Arsan	2017

Sumber : Penulis. 2022.

Di tengah maraknya kecanggihan teknologi seperti saat ini, sering dijumpai cara pemasaran yang tidak etis, curang dan tidak professional. Untuk itu, bagaimana akhlak dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan atau lebih khususnya lagi akhlak dalam pemasaran kepada masyarakat dari sudut pandang Islam. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya yaitu religious, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Inilah yang sering disebut dengan pemasaran syariah atau *marketing syariah*. Meningkatkan pemasaran itu selalu dikaitkan dengan

⁵ Hasil Wawancara Tanggal 10, Pukul 10.00, Tempat di Desa Lubuk Mumpo, Hari Senin. 2022

perdagangan (muamalah) dan dalam Islam melarang adanya unsur manipulasi atau penipuan, sebagaimana hadist Nabi Muhammad SAW.

(HR.Muslim An-Nasa')⁶

إِيَّكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ، فَإِنَّهُ يُنْقَضُ ثُمَّ يَمْحَقُ

Artinya: “Hindarilah banyak bersumpah dalam berjual beli, karena sesungguhnya sumpah itu memang bisa membuat laris, tetapi kemudian melenyapkan”.

Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong dalam etika pemasaran syariah yang harus dilakukan oleh seorang produsen yaitu bersifat jujur, amanah dan nasihat.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut diatas, maka penulis tertatik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim”**.

⁶ Rujukan *Hadist dan Terjemahanya*. (edisi Indonesia Fatwa-Fatwa Jual Beli) :No 19637

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam terhadap Strategi Pemasaran Pedagang toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Kabupaten Muara Enim?
2. Apa yang menjadi Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemasaran Pedagang toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim?

C. Fokus Penelitian

Agar pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu “Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim”.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai penulis dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi yang dipakai oleh pedagang kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim.

- b. Untuk mengetahui Faktor Pendukung dan Penghambat yang dihadapi oleh pedagang toko kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan melalui pengalaman dalam melaksanakan penelitian pada mata kuliah pemasaran, serta dapat mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini di dapat diperkuliahan.

b. Bagi Fakultas

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi dan sumber ilmu pengetahuan bagi Mahasiswa/I mengenai Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim. Dan dapat menjadi salah satu sumber untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik relatif yang sama.

c. Bagi Usaha

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan bagi Pedagang toko Kelontong di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Hermawan, 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Agus Hermawan, 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Basrowi dan Siti Juariyah, 2010. *Analisis Kondisi Sosial Ekonomi dan Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Srigading Kecamatan Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur*, Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Vol 7.
- Basu Swasta dan Irawan, 2006 *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta).
- Chapra, 2018. *Islam and the Economic Challenge*, Terj. Ikhwan Abidin Basri.
- Dedi Mulyana, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosda).
- Depag RI Rujukan Al-Qu'ran dan Terjemahnya . 2002, (Semarang: CV Toha Putra).
- Departemen Republik Indonesia Rujukan Al-Qu'ran dan Terjemahnya . 2018 (Boost).
- Departemen Republik Indonesia Rujukan Al-Qu'ran dan Terjemahnya . 2022. (Muhammad Hanif Rahman)
- Departemen Republik Indonesia Rujukan Al-Qu'ran dan Terjemahnya . 2022. (JavanLabs)
- Esman, 2014. *Filosofi-Filpsofi warisan tiongkok kuno* .(yogyakarta: laknasa).
- Fadllan, 2018. "Rekonstruksi Pembangunan Ekonomi Berbasis Islam Telaah Pemikiran M. Umer Chapra," *Nuansa* Vol. 15.
- Hendra Sapurtra dan M. Robby Kaharudin, 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Islamic Economic, Vol 2.
- Hermawan kertajaya dan muhammad syakir suka, 2006. *syariah Marketing*, (Bandung: PT mizan pustaka).
- Hulwati, 2006. *Ekonomi Islam*, (cet ,7 : kertamukti : ciputra Press Grup)
- Indriyo Gitosudarmo, 2014. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BFFE-Yogyakarta.

- Iqbal Hasan, 2012 *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*. (Bogor. Ghalia Indonesia).
- Iskandar Putong, 2010. *Ekonomi Pengantar mikro dan makro* , (Jakarta, Mitra Wacana Media).
- Isna Fitria Agutina dan Ricka Octaviani, 2016. *Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi Kebijakan Pengembangan Kawasan Mix Use di Kecamatan Jabon*, Electronic Jurnal, Vol.4.
- Jalaluddin dan Nadia Ulfiyani, 2020. *Penjualan Konsinyasi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Lhpkseumawe Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darusalam, Vol.6.
- Kasmir, 2006. *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindu Persada).
- Kholid Muslih dan Dkk, 2019. *Worldview Islam* (Ponorogo: UNIDA Gontor Press).
- Lexy J. Moleong, 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lukman dan Indoyama Nasrudin, 2007. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Cet.ke-1 : Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta)
- Michael Todaro, 1997. *Economic Development* (London: Addison-Wesley).
- Mohammad Ghozali, 2019. *Ekonomi Syariah Dalam Hegemoni Faham Kapitalisme Dan Sosialisme Sebuah Solusi Pola Hidup Muslim*, Jurnal Ijtihad, Vol. 13.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong. Lexy J, 2011. *Meode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rodakarya.
- Muhammad Yasir Nasution, 2002. *Manusia Menurut Al-Ghazali* (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Nawawi dan Mami. 2012, *Penelitian Terapan*, Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Pers.
- Nur Jamaludin dan Yuliani Nursakinah, 2022 *Etikan Bisnis Syariah (studi kasus pada warung sembako kelurahan binong kabupaten tangerang)*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol.13.

- Nurahmi hayani, 2012 *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru :Suska Press).
- Nurahmi hayani, 2012. *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, (Pekanbaru : Suska Press).
- Paizaludin dan Ermalinda,2013, *Penelitian Tindakan Kelas* (Bandung: Alfabeta,)
- Philip Kolter dan Gray Armstrong, 2006. *Prinsip-Prinsip, Pemasaran* (Cirajas, Jakarta: Penerbit Erlangga).
- Priangani. 2010, *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. Jurnal bangsaan.Vol 2.
- Putri Amalia Zubaedah dan Chiska Nova, 2021. *Strategi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan*. Jurnal Ekonomi, Koperasi dan Kewirausahaan, Vol.12.
- Rujukan *Hadist dan Terjemahnya*. 2002 (Edisi Indonesia Fatwa-Fatwa Jual Beli)
- Rujukan *Hadist dan Terjemahnya*. 2003 (Imam Muslim Dalam Kitab Shahihnya)
- Siti Mujiatun, 2013. *Jual beli dalam perspektif islam: salam dan istisna : jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, V (13).
- Siti Mujiatun, 2013. *Jual beli dalam Perspektif Islam: Salam dan Istisna : Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, V (13) .
- Sugiono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Dalam salah satu buku landasan teori*. Jurnal landasan Vol.1.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfa Beta Bandung.
- Sunarto, 2010. *Manajemen Pemasaran*,(Yogyakarta: Amus).
- Suryabrata, Sumandi. 2012, *Metode penelitian*, (Jakarta : PT Gtafindo persada).
- Suryabrata,Sumandi, 2005. *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Grafindo Persada)

- Syahrial Syarbaini dan Fatkhuri. 2016, *Teori Sosiologi Suatu Pengantar*, (Bogor: PenerbitGhalia Indonesia).
- Syara Annisa Fita Hutami dan Ina Mutmainah, 2021. *Strategi Pemasaran UMKM Kub Berkah di Desa Karang Asem, Kabupaten Pemalang Pada Era New Normal*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.3.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Thamrin Abdullah, 2012. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Tira Nur Fitria, 2016. *Kontribusi Ekonomi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 2.
- Uhar suharsaputra, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan* (Bandung Refika Aditama).
- Umer Chapra, 2018. *Islam and The Economic Challenge*, Terj. Ikhwan Abidin Basri (Surakarta: Aqwam).

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Toko Kelontong Di Desa Lubuk Mumpo Kecamatan Gunung Megang Kabupaten Muara Enim

1. Sudah berapa lama bapak/ibu mendirikan toko ini ?
2. Menggunakan Sistem penjualanya menggunakan apa ?
3. Dari modal tersebut memakai berapa persen secara islam untuk menjual yang mendapatkan keuntungan ?
4. Berapa penghasilan yang di peroleh bapak/ibu dari dagangan ini ?
5. Rata-rata konsumennya itu dari mana ?
6. Bagaimana cara bapak/ibu dalam menentukan harga yang dijual ?
7. Bagaimana penerapan sistem layanan ekonomi yang baik bapak/ibu lakukan sesuai islam ?
8. Bentuk promosinya bagaimana untuk mengikat pembeli menurut ekonomi islam ?
9. Bagaimana agar mencegah adanya kecurangan saat membeli barang ditoko menurut islam?
10. Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Pedagang Toko Kelontong bapak/ibu ?
11. Strategi pemasaran syariah apa yang digunakan bapak/ibu ?
12. Keuntungan biasanya mengalami kerugian tidak dari segi keislamannya ?
13. Apakah bapak/ibu ada dukungan dalam memperoleh berdagang ini?
14. Faktor yang mendukung dalam perdagangan bapak/ibu apa ?

15. Apa yang membuat bapak/ibu bisa terkendala dalam berdagang?