

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOMARET DESA MUARA PINANG
BARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI SYARIAH
(Studi Kasus Di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang
Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan)**

SKRIPSI

Diajukan kepada fakultas agama islam universitas muhammadiyah Palembang
untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi syari'ah (S.E)



OLEH:

MELISA YULIANTI

642021023

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAM ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Perihal : persetujuan skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah mengadakan dan perbaikan sepenuhnya maka skripsi yang di tulis oleh saudari Melisa Yulianti (642021023) yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk Indomaret Desa Muara Pinang Baru Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Didesa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan)“. Telah dapat diajukan sidang Munaqosah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar diterima dengan baik. Demikian, semoga bermanfaat bagi kepentingan tentang Ekonomi Syariah. Atas segala perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Walaikumssalam Warahmatullah Wabarakatuh.

Palembang , 9 April 2025

Pembimbing 1



Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si
NBM/NIDN : 1152552/0211048702

Pembimbing 11



Nur Azizah, S.Ag.M.pd.i
NBM/NIDN : 949651/0221066701

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOMARET DESA MUARA
PINANG BARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI SYARIAH (Studi
Kasus di Desa Muara Pinang Baru, Kecamatan Muara Pinang, Kabupaten
Empat Lawang, Sumatra Selatan)**

Yang ditulis oleh : Melisa Yulianti , 642021023

Telah di munaqosahkan dan Dipertahankan

Didepan Panitia Penguji skripsi

Pada tanggal april 2025

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat
memperoleh :

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

Palembang April 2025

Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji

Ketua

Dr. Rulita Wati, S.Ag., M.Pd.i
NBM/NIDN:895938/0206057201

Sekretaris



Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I
NBM/NIDN:1081397/0205068801

Penguji I

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

penguji II

M. Jauhari, S.E., M.Si
NBM/NIDN 1096413/0231106903

Mengetahui
Dekan Fakultas Agama Islam


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

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melisa Yulianti
Tempat/ Tanggal lahir : Karang Tanding, 12 Desember 2001
Nim : 642021023
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi yang berjudul “ STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOMARET MUARA PINANG BARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Didesa Muara Pinang Baru, Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang, Sumatra Selatan). adalah benar karya penulis sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutip[an-kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti tidak benar, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya.

Palembang ,12 April 2025

Yang membuat pernyataan



Melisa Yulianti
642021023

MOTO

“ Ilmu pengetahuan adalah kunci untuk membuka gerbang masa depan “

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

1. Kepada kedua orang tuaku cinta pertamaku Iwansyah dan pintu surgaku tercinta Sri Yani terima kasih atas dukungan dan kasih sayang , doa, serta motivasi dan pengorbanan yang tak pernah terlupa. aku kuat sampai saat ini karna dukungan dari kalian.
2. Kepada adikku Ridho Ardiansyah terima kasih telah memberikan dukungan dan selalu memberikan semangat selama perkuliahan hingga sampai saat ini. Dan terima kasih juga untuk Alm. Adikku Aisyah Despita Putri yang telah tenang di surga Allah.
3. Kepada keluarga besar yang tidak bisa ku sebutkan namanya satu persatu terima kasih atas motivasi doa, serta dukungannya.
4. Kepada orang tercinta Joici terima kasih atas dukungan, suport, dan doa dan terima kasih selalu mendengarkan keluh kesahku dalam penulisan skripsi ini dan selalu memberi solusi terbaik.
5. Teruntuk diriku sendiri Melisa Yulianti telah kuat sejauh ini dalam mengerjakan skripsi ini hingga aku bisa menyelesaikannya sampai tahap ini.

6. Buat pembimbing serta dosen-dosen yang telah membimbingku dan telah banyak memberikan banyak ilmu pengetahuan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi saat ini.
7. Teman-teman seangkatan Ekonomi Syariah dan teman-teman kkn yang tidak bisa aku sebutkan satu-persatu terima kasih atas suport dan doanya, begitu banyak kenangan yang telah kalian berikan kepadaku.
8. Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan, taufik serta hidayah dan Rahmat dan Karunianya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga selalu di limpahkan kepada junjungan kita nabi muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN PRODUK INDOMARET DESA MUARA PINANG BARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Didesa Muara Pinang Baru, Kecamatan Muara Pinang, Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan)**” skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E). Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari fakultas, keluarga serta sahabat-sahabat sepekerjaan. Oleh karena 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
- ❖ Dr.Hoirul Amri M.E.Sy Dosen Pembimbing Akademik.

- ❖ Rina Dwi Wulandaeri S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Nur Azizah S.,Ag.M.pd.i selaku dosen pembimbing 11 yang telah membantu dan membimbing serta meluagkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Wakil dekan I,II,III,IV serta ketua prodi semua dosen serta staf Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang tanpa terkecuali yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.
- ❖ Kedua orang tuaku tercinta ayahanda Iwansyah dan ibunda Sri Yani tercinta yang selalu mendoakan dan dukungan dengan penuh ikhlas untuk keberhasilan anak-anaknya beserta keluargaku yang selalu motivasi untuk keberhasilanku.
- ❖ Serta adikku Ridho Ardiansyah yang selalu memberikan semangat dan doa dan untuk Alm Aisyah Despita Putri yang sudah tenang di surganya Allah.
- ❖ Seluruh keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- ❖ Untuk orang tercinta Joici terima kasih karena telah memberi suport dalam menuntut ilmu,
- ❖ Kepada kepala toko dan karyawan indomaret muara pinang baru.
- ❖ Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah Angkatan 2021 yang telah kebersamai selama perkuliahan.
- ❖ Almamaterku universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Terima kasih kepada teman dan sahabat yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu.

- ❖ Teruntuk diriku sendiri terima kasih sudah bisa bertahan sejauh ini bukan mudah untuk bisa sampai di titik ini banyak tantangan dan rintangan yang di hadapi dalam menuntu ilmu dan sudah banyak ujian yang telah di hadapi , jiwa yang lemah ini harus terus kuat dalam menyelesaikan skripsi karna apa yang di mulai harus sampai selesai.

Dengan iringan doa dan motivasi serta dukungan semoga semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baikisi maupun susunan bahasanya. Oleh itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun semangat penulis agar dapat lebih baik lagi.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri pribadi dan pembaca Amin yaa Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, April 2025

penulis

Melisa Yulianti

Nim 642021023

ABSTRAK

Melisa Yulianti, NIM 642021023, Skripsi yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk Indomaret Desa Muara Pinang Baru Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan) ”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh indomaret di desa muara pinang baru, kecamatan muara pinang, kabupaten empat lawang, sumatra selatan, serta menilai kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal dan praktik bisnis yang etis sesuai dengan nilai-nilai islam, khususnya di wilayah mayoritas muslim.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang di terapkan oleh indomaret, seperti promosi langsung, layananan digital melalui aplikasi click indomareer, dan lokasi strategis, cukup efektif dan meningkatkan penjualan. Namun dari tinjauan ekonomi syariah masih terdapat tantangan dalam memastikan seluruh produk yang di pasarkan memenuhi kriteria dan thayyib. pentingnya bagi pelaku usaha ritel modern untuk lebih memperhatikan aspek transparansi, kejujuran, dan etika dalam setiap praktik pemasaran agar sejalan dengan nilai-nilai syariah. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran etis yang sesuai dengan konteks masyarakat muslim lokal.

Hasil penelitian ini Strategi pemasaran marketing mix(bauran pemasaran) yang mencakup strategipemasaran, harga, promosi dan distribusi(tempat). Tinjauan ekonomi syariah, menunjuk pada kebijakan yang menganalisis prinsip-prinsip ekonomi berdasarkan ajaran islam . secara umum ekonomi syariah menekankan pada keadilan, keseimbangan dan kepatuhan terhadap hukum-hukum islam dalam aktivitas ekonomi. Adapun prinsip-prinsip utama dalam ekonomi syariah seperti : larangan riba (bunga), larangan gharar (ketidakpastian berlebihan), zakat dan sadaqah, investasi yang halal.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Indomaret, ekonomi syariah, produk*

ABSTRACT

Melisa Yulianti, 642021023, thesis entitled marketing “strategy of indomaret Muara Pinang Baru product according to sharia economic review (case study in Muara Pinang baru village, Muara Pinang district, Empat Lawang regency, south Sumatera).

This study aims to examine the marketing strategies implemented by indomaret in muara pinang baru village, muara pinang district, empat lawang regency, and to assess their alignment with the principle of islamic economic. The background of this research is driven by the growing public awareness of the importance of halal products and ethical business practices in accordance with islamic values, especially in predominantly muslim communities.

This research adopts a qualitative approach using data collection techniques such as observation, interview and documentation. The findings reveal that indomaret's marketing strategies such as direct promotions, digital services through the click indomaret app, and a strategically chosen location are effective in increasing sales. However, from an islamic economic perspective, challenges remain in ensuring that all marketed products meet halal and thayyib standards. Therefore it is essential for modern retail businesses to pay greater attention to transparency, honesty, and ethics in their marketing practices to comply with sharia values. This study contributes to the development of ethical marketing strategies that are appropriate for local muslim communities.

The result of this study marketing strategy (marketing mix) which price promotion and distribution (place) marketing strategies. Review of islamic teachings in general. Islamic economics emphasizes justice, balance and compliance with islamic laws in economic activities, the main principles in islamic economics such as the prohibition of usury (interest), the prohibition of gharar (excessive uncertainty), zakat and sadaqah, halal.

Keyword : *Marketing Strategy, Indomaret, Islamic economics, product.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABLE	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Fokus Penelitian	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Yang Relevan	49
BAB III METODELOGI PENELITIAN	54
A. Pendekatan Penelitian	54
B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian	55
C. Jenis dan Sumber Data	53
D. Teknik Pengumpulan Data.....	56
E. Teknik Analisis Data.....	58

F. Rencana dan Waktu Penelitian.....	59
BAB IV DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN ANALISIS	
PENELITIAN	61
A. Deskripsi Lokasi Penelitian (Situasi Sosial)	61
B. Temuan Penelitian dan Analisis Hasil	67
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	

DAFTAR TABLE

Table 3.1 waktu penelitian dan jenis kegiatan penelitian

Tabel 4.1 struktur organisasi indomaret

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Industri pemasaran terkait erat dengan ekonomi global. Dalam hal menjual barang dan jasa kepada konsumen, kita sudah tidak asing lagi dan bahkan telah berpartisipasi dalam proses pemasaran. Indonesia masih kekurangan sumber daya manusia, meskipun telah menjadi negara adidaya. Hal ini berarti Indonesia tidak dapat memanfaatkan sumber daya yang telah tersedia secara maksimal dalam hal pengolahan. Tambang-tambang di Papua untuk emas dan Kalimantan untuk batu bara hanyalah dua contoh dari cara-cara negara asing mengolah kekayaan Indonesia.

Indomaret hanyalah salah satu contoh dari sekian banyak jaringan minimarket yang berkembang di Indonesia yang menyediakan berbagai macam produk untuk kebutuhan sehari-hari masyarakat. ada banyak contoh perusahaan minimarket modern di Indonesia, seperti Indomaret, alfamart, dan lainnya, yang terkadang disebut sebagai swalayan. Swa berarti “sendiri” dan layan berarti “melayani”; kata-kata ini digabungkan untuk membentuk istilah swalayan. Jadi, pelanggan yang memilih untuk membayar di kasir dan menerima barang mereka secara mandiri dianggap swalayan.¹

Membeli dan menjual barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dikenal sebagai perdagangan. Di antara sekian banyak kontak sosial yang umum terjadi adalah tindakan jual beli barang dan jasa (bermuamalah).

¹ “Sopiah,(2008),*Manajemen Bisnis Ritel*,yogyakarta:CV Andi Offset,hal.235”

Menjamurnya pasar modern seperti Indomart, alfamart, dan lainnya merupakan dampak langsung dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat, yang mendorong lebih banyak orang untuk terlibat dalam perdagangan komersial. Berbagai promosi dilakukan oleh perusahaan terhadap produk yang ditawarkan, termasuk bahan pokok, kosmetik, dan lainnya, untuk meningkatkan penjualan ke Indomaret.

Strategi pemasaran yang kompeten dan tepat sangat dibutuhkan karena bidang pemasaran merupakan hal yang penting dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk melakukan hal tersebut, manajemen perusahaan telah menerapkan kebijakan dan tindakan dengan cara yang logis dan praktis. Jika organisasi serius untuk menghasilkan keuntungan dan tetap bertahan dalam bisnis, organisasi harus cukup fleksibel untuk menghasilkan ide-ide baru untuk meningkatkan pemasaran dan operasi bisnis.

Istilah “pemasaran” selalu digunakan untuk merujuk pada perdagangan. Menjaga pelanggan tetap senang adalah kunci keberhasilan pemasaran. Kampanye pemasaran dianggap sukses jika mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang.² Ketika merencanakan kampanye pemasaran, penting untuk mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan masyarakat, daya beli mereka, serta kepastian, keinginan, dan kemampuan pengambilan keputusan mereka, yang semuanya berkontribusi pada potensi pasar.

Manajemen telah dipahami dengan berbagai cara oleh berbagai pihak, termasuk pembinaan, manajemen, kepemimpinan, administrasi, dan sebagainya.

² “Didin Hanifidhuddi ,dkk, (2019) *Pengantar Manajemen Syariah*, Depok: PT Grafindo Persada, hal. 233”

Agar perusahaan distributor dapat meningkatkan penjualan, perusahaan harus menggunakan sistem manajemen dan strategi pemasaran yang akurat. Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya di pasar.³

Semakin banyak orang yang menyadari pentingnya produk halal, yang membantu mendorong pertumbuhan bisnis ritel. Pemerintah Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, sangat mendorong penjualan barang-barang yang sesuai dengan hukum syariah. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melaporkan bahwa penjualan produk halal terus meningkat, karena semakin banyak orang yang mencari barang-barang berkualitas tinggi yang juga mematuhi peraturan halal.

Ke mana pun Anda pergi, bahkan di tempat yang paling terpencil sekalipun, orang sangat bergantung pada produk untuk kebutuhan sehari-hari, dan pemasaran produk juga demikian. Mengingat lokasinya yang strategis dan statusnya sebagai pusat perdagangan, jasa, dan industri, kota ini diantisipasi menjadi pusat pemasaran bagi masyarakat empat lawang, khususnya penduduk muara pinang. Karena tingkat persaingan yang tinggi dalam industri ini, penting bagi mereka untuk membangun strategi pemasaran yang solid untuk melacak penjualan produk di Indomaret.

Sistem hukum Islam yang dikenal sebagai hukum Syariah menempatkan penekanan pada keadilan, keterbukaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang dalam semua transaksi moneter. Riba, gharar (ketidakpastian), dan barang haram

³ “Siswanto,(2007),*Manajemen Dasar , pengertian dan masalah*,Jakarta:Bumi Askara,hal.1”

adalah beberapa kegiatan yang merusak yang harus dihindari oleh perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Indomaret harus mempertimbangkan berbagai macam produk haram dalam aspek ini. Strategi pemasaran, penawaran produk, dan inisiatif membangun kepercayaan pelanggan harus dipertimbangkan dengan cermat. Untuk memaksimalkan penjualan dengan tetap berpegang pada norma-norma pemasaran Islam, pemasar indomaret harus memutuskan strategi promosi, distribusi, dan harga produk.

Sebagai bentuk pemasaran etis yang berpegang pada syariat Islam, pemasaran syariah bertujuan untuk menyebarluaskan dan menyampaikan prinsip-prinsip, ajaran-ajaran, dan produk-produk Islam kepada populasi atau individu tertentu. Dalam ekonomi syariah, kepercayaan, keterbukaan, dan moralitas merupakan hal yang paling penting ketika berurusan dengan uang. Bahkan pada zaman Rasulullah Saw. pun sudah mengenal pemasaran.

Pemasaran tersebut dilakukan oleh Rasulullah Saw sendiri. Selalu berpegang teguh pada norma-norma syariah, khususnya nilai-nilai kejujuran dan keadilan, ketika melakukan pemasaran, Rasulullah Saw. Karena seluruh operasionalnya dilandasi oleh ajaran Al-Quran dan hadits, maka dikenal dengan istilah pemasaran syariah .

Allah swt berfirman (Q.S ALAzhab : 71) .

يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya; "niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa dosamu.dan barang siapa menaati Allah dan Rasulnya,maka sesungguhnya,dia menang dengan kemenangan yang agung".

Untuk memenuhi tujuan pemasaran secara efektif dan efisien, perlu dikembangkan strategi pemasaran yang mempertimbangkan semua sumber daya yang tersedia, termasuk peluang dan ancaman.⁴ Kebahagiaan pelanggan adalah tolok ukur yang digunakan perusahaan untuk mengukur keberhasilan rencana pemasarannya. Karena pemasaran memainkan peran penting dalam keuntungan perusahaan, industri pemasaran sangat penting untuk keberhasilan rencana bisnis apa pun. Jika tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan penjualan produk, hal ini dapat dicapai.

Salah satu di muara pinang juga sudah terdapat indomaret dimana populasi desa yang padat dan lokasi yang menguntungkan, indomaret dapat didirikan di Muara Pinang, yang mengalami pertumbuhan penduduk yang cepat. Di antara toko-toko yang sangat diminati masyarakat, indomaret menonjol dengan permintaan sekitar 80%. Toko-toko Indomaret adalah pasar swalayan yang menawarkan berbagai macam barang makanan, barang-barang rumah tangga, dan kebutuhan penting lainnya untuk dijual, serta pulsa, tiket kereta api, dan banyak lagi. dan menawarkan berbagai macam kosmetik, termasuk bedak, lipstik, dan banyak lagi. Jika Anda mencari toko yang memenuhi setiap keinginan Anda- dengan AC, lorong yang bersih, dan produk yang bisa Anda lihat-lihat di waktu senggang-maka Indomaret adalah tempat yang tepat untuk Anda.

Indomaret juga sering mengadakan obral, promosi, dan penawaran beli satu dapat satu untuk menarik minat pelanggan berbelanja. Selain promosi di dalam toko, Indomaret Muara Pinang juga memfasilitasi belanja online melalui

⁴ “Mayla Suveryandini, (2022), *Strategi Pemasaran Ampuh*, Makasar: Nas Media Pustaka, hal. 7”

aplikasi Click Indomaret. Dengan aplikasi ini, pelanggan dapat melihat-lihat semua produk Indomaret, memilih produk yang diinginkan, dan petugas dari klik Indomaret akan mengantarkan produk tersebut langsung ke rumah mereka, tanpa perlu menginjakkan kaki di toko.

Karena umat Islam merupakan mayoritas di Indonesia, para pelaku bisnis di sana harus mempertimbangkan cara terbaik untuk menjangkau target audiens mereka sambil tetap menghasilkan keuntungan-dan melakukannya dengan cara yang konsisten dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan sosial dan mencegah perilaku yang merugikan, ekonomi syariah menekankan pada keadilan, keterbukaan, dan etika dalam semua transaksi keuangan. Keadilan, transparansi, dan etika merupakan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang diambil dari Al Qur'an dan hadis. Prinsip-prinsip ini menekankan penghindaran aspek-aspek yang dilarang seperti bunga (riba), ketidakpastian (gharar), dan perjudian (maysir). Ajaran Islam tidak boleh dilanggar dengan cara apa pun selama proses berlangsung. Kebenaran, kejujuran, dan pola pikir yang dapat dipercaya adalah landasan perdagangan yang sukses, seperti yang ditunjukkan oleh Nabi Muhammad.⁵

Salah satu tren yang menarik di dunia ritel Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan pembelian oleh umat Muslim, adalah tumbuhnya kesadaran akan pentingnya memilih produk yang sesuai dengan syariah dan berkualitas tinggi. Indomaret hanyalah salah satu dari beberapa perusahaan yang harus mengubah pendekatan pemasarannya dalam menanggapi meningkatnya

⁵ “Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, (2019), *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta, :CV Budi Utama, hal. 12-15”

permintaan akan produk halal. meskipun jumlah gerai indomaret di muara pinang baru terus bertambah, perusahaan ini masih berjuang untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, terutama dalam hal penawaran produk halal dan komitmennya terhadap praktik bisnis yang beretika. Saat ini, masyarakat lebih memilih barang yang mereka beli, sehingga kampanye iklan yang tidak sesuai dengan hukum syariah berisiko kehilangan kredibilitas dan konsumen.

Indomaret muara pinang baru harus mempertimbangkan metode pemasaran yang menarik dan sesuai dengan harapan masyarakat, karena adanya pembatasan pemerintah terkait produk halal semakin memotivasi perusahaan untuk mematuhi standar syariah. Pasar ritel menjadi semakin kompetitif, tetapi strategi yang didasarkan pada ekonomi syariah dapat membantu Anda tetap menjadi yang terdepan. Dari pemilihan produk hingga komunikasi dengan konsumen, indomaret harus mampu menggabungkan cita-cita syariah di seluruh bagian pemasaran.

Karena umat Islam merupakan mayoritas di muara pinang baru, maka ada kebutuhan yang semakin meningkat akan barang-barang yang sesuai dengan syariah. Meneliti pengaruh loyalitas pelanggan terhadap pemilihan produk dan bagaimana muara pinang baru menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam adalah tujuan utama dari penelitian ini.

Toko indomaret menonjol dari persaingan karena menyesuaikan pendekatan pemasarannya dengan keadaan dan lokasi spesifik di mana ia beroperasi. Indomaret adalah toko yang populer di desa Muara Pinang Baru yang

memungkinkan penduduk untuk dengan mudah menemukan berbagai kebutuhan sehari-hari. Selain itu, lokasinya dekat dengan jalan raya dan sangat ramai.

Penelitian lokasi yang tepat adalah bagian terakhir dari teka-teki yang melengkapi strategi pemasaran yang solid. Dengan menggunakan alur pemikiran ini, peneliti menetapkan judul yang membahas tentang **”Strategi Pemasaran Produk Indomaret Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan)”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Yang Ada di Indomaret Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan ?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Yang di Lakukan Indomaret di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan?

C. FOKUS PENELITIAN

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memperjelas posisi peneliti sehingga pembaca dapat mengikuti dan menghindari kebingungan tentang metodologi penelitian; secara khusus, penelitian ini akan berfokus pada strategi pemasaran syariah produk Indomaret yang ditinjau dari sudut pandang ekonomi syariah.

D. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Produk Indomaret di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan
- b. Untuk Mengetahui Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi di Indomaret di Desa Muara Pinang Baru Kecamatan Muara Pinang Kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Penulis

Tujuan dari tinjauan ini adalah untuk menambah pemahaman penulis mengenai strategi pemasaran produk indomaret baru di desa Muara Pinang Baru kabupaten Empat Lawang Sumatera Selatan berdasarkan tinjauan ekonomi syariah.

- b. Bagi Fakultas

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber untuk penelitian di masa depan pada subjek ini dan memberikan pencerahan kepada mahasiswa tentang pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh indomaret muara pinang untuk produk baru mereka yang sesuai dengan penilaian ekonomi syariah.

- c. Bagi Masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan mengenai pemasaran produk Indomaret dari

sudut pandang syariah, sehingga masyarakat dapat memilih produk yang halal dan tidak halal untuk kesehatan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amir, (2007), *Strategi Pemasaran Asurans Syariah*, Jakarta : Grasindo.
- Abdul Ghofar E.M, (2004), *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 3*, Bogor: Pustaka Imam Syafi'i.
- Agustin Hamdi, (2017), *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Alimin Elina, (2022), *Manajemen Pemasaran Kajian Penganytar di Era Bisnis Modern*, Lombok Barat : Seval Leterindo.
- Ali,(2024), karyawan indomaret muara pinang baru, kecamatan muara pinang, kabupaten empat lawang sumatra selatan, wawancara , 15 april jam 12.WIB.
- Angito Albi dan Setiawan Johan, (2018), *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat : CV Jejak.
- Anita Yuli Siska, (2013), *Etika Bisnis Dalam Kajian Islam*, Sukajaya : PT Sada Kurnia Pustaka.
- Anggun , (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.
- Ardian Eliya dan Boari Yosep, (2023), *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang)*, Jambi : PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ari Mas Ahmad, (2019), *Analisis Stategi Marketing Mix Mengunakn Konsep 4p (price, product, place, Promotion)*,Jurnal Teknik Industri, Vol 5 No 2, 82
- Arifin Zaenal, (2021), *Marketing Managemen*, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Asuri Sofyan, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Bayanuloh Ikhsan, (2013), *Marketing Syariah Sebuah Disiplin Bisnis Strategi yang Sesuai Dengan Akad dan Prinsip Muamalah Dalam Islam*, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Darsana made dan Ramadani Suci, (2023), *Strategi Pemasaran*, Bali : CV Intelektual Manifes Media.
- Ego, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang ,Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.

- Fakhari dan Aravik Havis, (2020), *Etika Bisnis Islam Senis Berbasis Keberkahan*, Yogyakarta : CV Budi utama.
- Fitriani Nurul, (2019), *Strategi Pemasaran Produk di PT. Sentral 88 Kota Parepare (perspektif manajemn syariah)*, Parepare, AIN Parepare, hal xi
- Halid, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.
- Handayani Tati dan Fathoni Anwar Muhammad,(2019). *Ajaran Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta :CV Budi Utama.
- Hanifidhuiddin Didin dan Tanjung Hendri, (2019), *Pengantar Manajemen Syariah*, Depok : PT Grafindo Persada.
- Hasibuan Rahman dan Armesh, (2023), *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta : Cv Absolute Media.
- Heriyati Pantri, (2022), *Strategi Pemasaran Segmentasi, Targeting dan positioning*, Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Hermansyah Ricky, (2023), *Strategi Pemasaran UMKM*, Surabaya : Cipta Media Nusantara.
- Huda Nurul, (2017), *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Depok : Kencana.
- Handayani Isri, (2010), *Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah Pada PenjualannProduk inez di mini marker khatulistiwa bengkulu*, Bengkulu, AIN Bengkulu.
- Iqbal, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.
- Joy, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.
- Khalimah Siti dan Fadilah Nur, (2017), *Manajemen Syariah Hubungan Antar Agama dan Ekonomi* , Banyunwangi : LPPM Agama Islam Ibrahim.
- Kloter dan Amsrong, (2012), *Prindip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid I*, Jakarta : Erlanga.
- Kloter Philip, (2006), *Manajemen pemasaran Jilid I dan Jilid II Edisi Kesebelas*, Jakarta : PT. Indeks Gramedia.

- Laksana Fajar, (2008), *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Mardani, (2021), *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Bandung : PT Revika Adinata.
- Ma,ruf Amin, (2022), *Analisis Strategi*, Yogyakarta :Hak Cipta.
- Maluyu Sbgyan, (2007), *Melayani Fenomena Sosial di Masyarakat*, Bandung : PT Setia purna Invers.
- Marissa Grace Haquen –Fauzi (Eds). (2021), *Strategi Pemasaran Konsep,Teori dan Implrmentasi*, Tangerang Selatan : Pasca Book.
- Miftah Ahmad, (2015), *Mengenal Merketing dan Marketers Syariah*, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 6 No 2,17
- Moleong J.Lex, (2016), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah Alaika, Fikri Kanzul Muhammad,dkk, (2021), Tinjau Hukum Ekonomi Islam Pada Strategi Pemasaran Produk Kesehatan PT.Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia (stidi Kasus Stockis HPAI Gentaf), *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol 2, No 1
- Nurcholifah Ira, (2014),*Strategi Marketing Dalam Persfektif Syariah*, *Jurnal Khatulistiwa*, Vol 4 No 1,79
- Putra Purnama Dan Hasbiyah Wiwik, (2008), *Teori dan Praktek Pemasaran Syariah*, Depok : PT Raja Grapindo Persada.
- Putri Tri Nilda dan Putra Nanda Arief, (2020), *Studi Kelayakan Bisnis Praktik : Konsep dan Aplikasi*, Padang : Hak Cipta.
- Qur'an Kemenag,(2019).
- Referensi <https://tafsirweb.com/2246-surat-al-anam-ayat-122.html>.
- Rama, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan.
- Rupih, (2024), *Karyawan Indomaret Muara Pinang Baru*, Kecamatan Muara Pinang , Kabupaten Empat Lawang Sumatra Selatan, wawancara 10 Desember 2024

- Rika,(2024), karyawan indomaret muara pinang baru, kecamatan muara pinang, kabupaten empat lawang sumatra selatan, wawancara , 15 april jam 12.WIB.
- Saputri Eka Marheni dan Darsana Made, (2023), *Pengantar Manajemen Pemasaran, Bali* : CV Intelektual Manifes .
- Siswanto, (2007), *Manajemn Dasar*, Jakarta : Bumi Askara.
- Siyonto Sandu dan Sodik Aji, (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Tilerasi Media Publishing.
- Sofyan,dkk, (2014), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grapindo Persada.
- Sopiah, (2008), *Manajemen Bisnis Retiel*, Yogyakarta : Cv Andi Offset.
- Sudarmo Gito Indriyanto, (2014), *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta :BFFE yogyakarta.
- Sudaryono, (2016), *Manajemen Pemasaran Teoti dan Implmentasi*, Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Suveryandini Maylan, (2022), *Strategi Pemasaran Ampuh*, Makasar : Nas Media Pustaka.
- Syafina Nita Dea dan Aslami Nuri, (2021), *Analisis strategi Pemasaran, jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 1 No 2, 215
- Syarifudin Amar, (2003), *Garis-Garis Besar Fiqih*, Jakarta : prenas Media.
- Untari Dewi Dan Fajariana Endah, (2018), *Strategi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun Sumber_@btik)*, *jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol 2 No 2, 272
- Yusuf Edy, (2023), *Strategi Pemasaran Berbasis Digital*, Surabaya : cipta Media Nusantara.