

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM KERUPUK KEMPLANG**

MAULANA 88 PLAJU PALEMBANG



SKRIPSI SARJANA S1

Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH :

AGNES OKTARINA

642021032

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang”**. Ditulis oleh saudari Agnes Oktarina dengan Nim 642021032 dalam sidang munaqosyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Palembang, 12 Agustus 2025

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Ayu Munawarah, S. Ag., M.Hum
NBM/NIDN: 995863/0206077302

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM KERUPUK KEMPLANG MAULANA 88 PLAJU PALEMBANG**

**Yang ditulis oleh Agnes Oktarina (642021032)
Telah di Munaqosahkan dan dipertahankan
Di depan panitia skripsi
Pada Tanggal 12 Agustus 2025
Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu
Memperoleh:
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E),
Palembang, 12 Agustus 2025
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang**

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

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

Sekretaris

Rijalush Shalihin, S. E.I., M.H.I
NBM/NIDN: 1081397/0205068301



Penguji I

Rijalush Shalihin, S. E.I., M.H.I
NBM/NIDN: 1081397/0205068301

Penguji II

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

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Agama Islam**



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

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Oktarina

Nim : 642021032

Fakultas/Prodi : Agama Islam/ S-1 Ekonomi Syariah

Judul : **STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
KERUPUK KEMPLANG MAULANA 88 PLAJU
PALEMBANG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 12 Agustus 2025



642021032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa kita perjuangkan hari ini ”

“ Skripsi ini tidak sempurna tapi cukup untuk membuat saya wisuda dan mendapatkan gelar S.E

Bismillah untuk segala nya hal-hal baik yang sedang diperjuangkan ”

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT , Zat yang maha pengasih , atas anugerah ilmu, kesehatan ,nikmat dan kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Herianto dan Ibu Asmita yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah mengantarkan saya sampai ditahap ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk kedua orangtua ku.
3. Suadari-saudariku, yovin veranika,ririn amelia, dan ayu lestari yang telah memberikan dorongan dan motivasi hingga bisa ketahap ini.

4. Dosen pembimbing dan seluruh dosen Program Studi Ekonomi Syariah, atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Teman- teman seperjuangan ekonomi syariah angkatan 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan, *see on top guys*.
6. Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis persembahkan kehadiran Allah SWT karena berkat taufik, hidayah, dan pertolongan-nya, penulisan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DALAM PERPEKTIF EKONOMI ISLAM KERUPUK KEMPLANG MAULANA 88 PLAJU PALEMBANG”**, Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dan panutan bagi seluruh umat Islam.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E) di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar berhasil sebagaimana mestinya. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan ini setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M. M., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M. Hum., Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Bapak M. Jauhari, S.E., M.Si selaku Ketua dan Bapak Hendri Nur Alam, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Hoirul Amri, M.E.,Sy selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan masukan tentang jalan nya perkuliahan ini.
5. Bapak M.Jauhari, S.E.,M.Si. selaku pembimbing I skripsi yang selalu memberikan saran, bantuan, dan arahan sehingga skripsi ini dapat berjalan sesuai dgn dengan harapan
6. Ibu Ayu Munarawoh, S.Ag.,M.Hum selalu pembimbing II yang selalu memberikan arahan, motivasi serta waktu yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
7. Bapak Rijalush Shalihin, S.E., M.H.I dan Ibu Rina Dwi Wulandari, S.E., M.Si selaku penguji I dan II yang telah membantu dan membimbing serta meluangkan waktu dan pikiran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam yang telah berkenan memberikan kesempatan, membina, serta memberi kemudahan kepada penulis dalam menimbah ilmu, serta memberikan kemudahan kepada penulis dalam menimbah ilmu pengetahuan sejak awal kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
9. Cinta pertama saya, Ayahanda tercinta Alm. Bapak Herianto, Kepergianmu membuat penulis bahwa rindu yang paling menyakitkan adalah merindukan seseorang yang telah tiada, ragamu memang sudah tidak bisa penulis jangkau tapi sosok mu akan tetap menjadi motivasi terkuat sampai detik ini. Bapak,

Alhamdulillah anak bungsu mu ini sudah berada di tahap ini, menyelesaikan tugas akhir ini walaupun pada akhirnya penulis harus tertatih sendiri tanpa kau temani. Terimakasih masa kecilku yang dulu kau temani dan slalu merayakan hal-hal kecil sederhana anak bungsu mu ini. Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta tulus kasih yang diberikan walaupun singkat tapi sangat berarti. Semoga Allah SWT melapangkan kubur beliau dan menempatkan bapak ditempat yang paling mulia disisi Allah SWT.

10. Pintu Surgaku, Ibunda Asmita. Beliau adalah sosok yang sangat luarbiasa ibu yang sekaligus ayah untuk anak-anaknya, terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik untuk anak bungsu mu ini yang selalu dianggap anak kecilmu ini, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing, dan selalu memberikasih kasih sayang yang tulus, motivasi, serta dukungan, dan mendoakan penulis dalam segala keadaan apapun agar penulis mampu bertahan untuk melangkah selangkah demi selangkah dalam meraih mimpi di masa depan. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi hingga memperoleh gelar sarjana.
11. Kepada saudara saudara kandung saya yovin veranika, ririn amelia, dan ayu lestari yang masyaallah sudah menemukan sosok suami yang bertanggung jawab, Terimakasih untuk segala materi, motivasi dan dukungan yang diberikan dan kasih sayang untuk adik bungsu mu serta support yang tiada henti, sehingga penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Kepada mamang dan bibi serta nenek saya, Penulis mengucapkan Terimakasih banyak atas kasih sayang yang tulus selama penulis menjalankan perkuliahan sudah menerima penulis dengan masyaallah baik nya dan dianggap layaknya anak kandung sendiri. Yang turut memberikan doa, dukungan, serta motivasi untuk penulis.
13. Untuk seseorang yang bernama Nanda Miharbi, yang insyaallah akan menjadi imamku kelak. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan hidup saya. Terimakasih sudah selalu kuat menjalankan hubungan ldr, sudah menemani penulis dari semester tiga Terimakasih sudah sabar menghadapi mood penulis yang berubah ubah setiap pusing dalam mengerjakan skripsi, terimakasih setiap effort yang kau berikan untuk bisa bertemu,berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi yang tak terhitung jumlahnya.Telah menjadi rumah pendamping dalam segala hal yang sudah menemani, mendukung,support system tiada henti, dan menghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat untuk pantang menyerah dalam setiap keadaan, Semoga wishlist kita terwujud dan semoga allah memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
14. Almamater Universitas Muhammadiyah Palembang yang saya banggakan.
15. Last but not least!! Terimakasih untuk Agnes Oktarina. Kepada diri sendiri yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap diri sendiri, Namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat

tapi kau mampu melawan ego kemalasan hingga bias menyelesaikan skripsi tepat waktu. Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha sampai dititik ini dan tetap menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk kedepan.

16. Bpk.Maulana selaku pemilik Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang .
17. Teman teman seperjuangan yaitu mahasiswa ekonomi Syariah angkatan 2021 atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Palembang, 12 Agustus 2025

Agnes Oktarina
642021032

ABSTRAK

AGNES OKTARINA, 642021032 Skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM KERUPUK KEMPLANG MAULANA 88 PLAJU PALEMBANG”**. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran memengaruhi pendapatan usaha dari sudut pandang ekonomi Islam pada Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha sesuai prinsip ekonomi Islam, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis, dengan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai agen distributor yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi, Kerupuk Kemplang Maulana 88 menerapkan strategi pemasaran berupa: pemilihan produk berkualitas dari pabrik, penetapan harga yang adil dan kompetitif, lokasi penjualan yang strategis, serta promosi melalui media sosial. Faktor pendukung strategi pemasaran meliputi kualitas produk yang konsisten, harga yang sesuai dengan pasar, dan penggunaan media sosial. Sementara itu, faktor penghambatnya adalah keterbatasan ekspansi usaha dan persaingan pasar yang cukup ketat. Dari perspektif ekonomi Islam, strategi pemasaran yang diterapkan telah mencerminkan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, dan keberkahan dalam transaksi. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan usaha, tetapi juga memberikan manfaat sosial dan spiritual bagi pelaku usaha maupun konsumen. Dengan memaksimalkan faktor pendukung dan mengatasi hambatan yang ada, strategi pemasaran yang sesuai prinsip ekonomi Islam dapat membantu pengembangan usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 secara berkelanjutan serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pendapatan Usaha, Perspektif Ekonomi Islam.

ABSTRAK

AGNES OKTARINA, 642021032. Thesis with the title "**MARKETING STRATEGY TOWARDS BUSINESS INCOME FROM THE ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE OF KEMPLANG CRACKERS MAULANA 88 PLAJU PALEMBANG**".” The main problem examined in this study is how marketing strategies influence business income from the perspective of Islamic economics at Kerupuk Kemplang Maulana 88 Palembang, as well as the supporting and inhibiting factors in their implementation. This study aims to analyze marketing strategies in increasing business income in accordance with Islamic economic principles, and to identify both supporting and inhibiting factors in their application. This research employs a qualitative descriptive-analytical approach, using primary and secondary data obtained through interviews and observations. The results indicate that, as a distributor not directly involved in the production process, Kerupuk Kemplang Maulana 88 applies marketing strategies such as selecting high-quality products from manufacturers, setting fair and competitive prices, choosing strategic sales locations, and promoting through social media. Supporting factors for the marketing strategies include consistent product quality, prices that align with market conditions, and the effective use of social media. Meanwhile, inhibiting factors consist of limited business expansion and intense market competition. From the perspective of Islamic economics, the implemented marketing strategies reflect sharia values such as honesty, fairness, and blessings in transactions. These practices not only increase business income but also provide social and spiritual benefits for both entrepreneurs and consumers. By maximizing supporting factors and overcoming existing obstacles, marketing strategies based on Islamic principles can foster the sustainable development of Kerupuk Kemplang Maulana 88 and contribute positively to the surrounding community.

Keywords : Marketing Strategy, Business Income, Islamic Economic Perspective.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Fokus Penelitian.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN.....	12
A. Landasan Teori	12
1. Strategi Pemasaran	12
2. Bauran Pemasaran.....	15

3. Pendapatan Usaha.....	25
4. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	29
B. Penelitian Relevan	38
BAB III. METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Situasi Sosial dan Subjek Penelitian.....	43
C. Jenis dan Sumber Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	45
E. Teknik Analisis Data.....	47
F. Rencana dan Waktu Penelitian.....	48
BAB IV DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A.Deskripsi Lokasi Penelitian.....	50
1.Sejarah Berdirinya Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang.....	50
2. Lokasi Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang.....	52
3. Visi dan Misi Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang.....	53
4.Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang....	55

B. Temuan Penelitian dan Pembahasan.....	57
1. Bagaimana Strategi Pemasaran dapat Mempengaruhi Pendapatan Usaha dari Sudut Pandang Ekonomi Islam di Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang....	57
2. Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang Maulana 88 plaju Palembang.....	61
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (PKM) telah diakui sebagai penopang ekonomi suatu negara, baik di negara maju maupun berkembang, karena mereka mencerminkan dan mewakili kehidupan sosial ekonomi masyarakat dan memiliki kemampuan untuk menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan.

Mikro, kecil, dan menengah perusahaan (MSME) melakukan banyak hal untuk meningkatkan ekonomi negara, membantu pertumbuhannya dengan membuka peluang kerja baru dan mendorong kreativitas .

Perusahaan kecil dan menengah tumbuh 8,28 persen pada tahun 2016, menurut data dari Institusi Statistik Sumatera Selatan Pada tahun tersebut, industri pengolahan mikro dan kecil seperti makanan, kertas dan produk kertas, karet dan plastik, dan industri makanan mencapai tingkat produksi tertinggi sebesar 12,71 persen.

Perusahaan kerupuk kemplang adalah salah satu industri makanan Palembang yang telah berkembang sejak lama. Pada tahun 2016, terdapat 83 bisnis daftar kerupuk kemplang di di bawah tanggung jawab Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang, yang mempekerjakan 697 individu .

Industri kerupuk kemplang Palembang telah berkembang secara bertahap sejak awal tahun. Oleh karena itu, produsen harus memilih strategi produksi yang sesuai. Pada tahun 2016, ada 83 bisnis kerupuk kemplang di Palembang, berdasarkan informasi yang dikumpulkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palembang. Palembang memiliki 697 pekerja.

Bisnis kerupuk kemplang semakin berkembang di Kota Palembang, sehingga mereka perlu menentukan strategi produksi dan harga jual untuk produk mereka agar baik dibeli oleh pelanggan maupun produsen.

Firman Allah dalam Al – Quran surat An – nisa ayat 29

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: " Orang-orang yang beriman, jangan makan satu sama lain. harta sesamamu dengan cara yang salah, kecuali dengan cara perniagaan yang adil di antara kamu. Dan jangan membunuh dirimu, karena Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Munculnya Industri kerupuk kemplang Kota Palembang menghasilkan peningkatan persaingan antar produsen. Mengingat hal ini, produsen harus menetapkan strategi pemasaran mereka. Penetapan strategi harga juga penting untuk memastikan bahwa perusahaan dapat memberikan harga yang sesuai dengan daya beli pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang diinginkan. Produksi kerupuk kemplang Kota Palembang dibahas dalam analisis ini. Dibandingkan dengan sektor kreatif lainnya, industri makanan dan minuman memiliki peluang besar untuk bertahan. berkembang dan memenuhi

kebutuhan hidup. Ini ditunjukkan oleh sejumlah besar dan kecil bisnis baru yang muncul.¹

Hal ini sesuai dengan Firman Allah Al – Quran surat Al – Isra 30 :

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

Artinya: *Tuhanmu memberi rezeki kepada siapa yang Dia mau dan menyempitkannya kepada siapa yang Dia mau, seperti yang dinyatakan dalam surah Al-Isra' ayat 30. Dia sangat teliti dan melihat hamba-hamba-Nya.*

Untuk memaksimalkan keuntungan sehingga perusahaan dapat terus berkembang.² Kinerja perusahaan yang bersangkutan sangat dipengaruhi karena strategi pemasaran yang digunakan dalamnya. Akibatnya, pemasaran harus fokus pada keinginan dan kebutuhan pelanggan.³

Istilah "strategi" digunakan oleh suatu perusahaan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. mereka. Ada beberapa langkah yang harus diambil. Yng agak sulit, tetapi ada juga yang lebih mudah. Selain itu, ada banyak hambatan atau kesulitan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. agar setiap langkah dilakukan dengan konsistensi dan kehati-hatian. Bagaimana suatu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mendapatkan pelanggan

¹<http://repository.wima.ac.id/1046/2/BAB%201.pdf>. Diunduh pada 11 Januari 2017.

². Thee kian Wie, *Industralisasi di Indonesia, Beberapa kajian*, (Jakarta: LP3ES, 1994),

³ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*, (Jakarta: 2009), h. 119.

baru sangat menentukan keberhasilannya. Jika Anda tidak menggunakan pendekatan yang tepat, hasilnya tidak akan memuaskan.

Bagaimana suatu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mendapatkan pelanggan baru sangat menentukan keberhasilannya.⁴ Jika anda tidak menggunakan pendekatan yang tepat, hasilnya tidak akan memuaskan.

Menentukan tujuan, sasaran, dan kebijakan yang mengarahkan upaya pemasaran perusahaan di setiap tingkatan dan acuan dikenal sebagai strategi pemasaran. Terutama karena perusahaan beradaptasi dengan lingkungan persaingan yang selalu berubah. Akibatnya, Seberapa cepat atau lambat perusahaan mencapai tujuan dapat dipengaruhi oleh kesalahan dalam memilih strategi.

Strategi pemasaran yang efektif adalah masalah utama dalam pertumbuhan bisnis di era modern. Dalam ekonomi Islam, pemasaran harus didasarkan pada prinsip syariah yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan kebaikan sosial, sehingga sangat penting untuk memahami bagaimana strategi pemasaran agen kerupuk kemlang harus sesuai dengan prinsip ekonomi Islam agar perusahaan dapat memperoleh peningkatan pendapatan jangka panjang.

Firman Allah SWT yang berkaitan hal ekonomi islam terdapat dalam Quran Surat:

لَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ

⁴Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), h. 217.

مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ

فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya; Mereka yang mengambil riba tidak dapat berdiri kecuali mereka berdiri dengan cara yang mirip dengan orang gila yang dimasukkan ke dalam setan. Mereka percaya bahwa riba dan jual beli sama, meskipun Allah telah mengharamkan keduanya. Jika seseorang mendapat peringatan dari Tuhannya dan berhenti, mereka akan menerima apa yang mereka peroleh terlebih dahulu, dan urusan mereka (terserah) kepada Allah. Jika seseorang kembali, mereka akan tetap berada di neraka.

Dua komponen terdiri dari strategi pemasaran: pertama, memilih dan menganalisis target pasar kedua, membuat dan mempertahankan keselarasan harga pemasaran, perpaduan antara produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam strategi ini, suatu perusahaan mengontrol peran penting lima elemen pemasaran, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi, yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di pasar sasaran.

Saat produk selesai diproses, perusahaan juga akan menghadapi masalah lain untuk memastikan bahwa pelanggan dapat mendapatkan produk yang dibuat. Cara produk dikirim ke konsumen juga merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan.. Salah tanggung jawab manajemen pemasaran adalah mengevaluasi kinerja penyedia. Perusahaan pertama kali mempertimbangkan siapa yang akan menjadi penyedia di pasar tertentu atau berapa banyak yang bersedia menjadi penyedia.

Salah satu masalah penting yang harus dipertimbangkan dengan cermat dan disesuaikan dengan atribut produk yang disediakan adalah penentuan jumlah penyalur. Kesalahan dalam Jika jumlah penyalur terlalu sedikit dari yang

seharusnya, bisnis akan menghadapi masalah baru. pesaing akan memiliki peluang untuk mendistribusikan produk ke lebih banyak orang. Sebaliknya, jika jumlah penyalur lebih dari yang seharusnya, waktu dan biaya akan terbuang sia-sia.

Karena persaingan yang semakin tajam, penentuan jumlah penyalur juga berdampak pada pendapatan pemilik usaha. Dalam situasi seperti ini, tingkat keuntungan bisnis menurun, sehingga bisnis yang Jika saluran distribusi pendek atau langsung digunakan, menggunakan mata rantai distribusi yang sangat panjang dapat menaikkan harga ke pelanggan dengan harga yang sangat tinggi. Akibatnya, perusahaan tersebut akan mengalami penurunan keuntungan karena perusahaan tersebut harus menaikkan harga. mungkin digunakan, dapat dikatakan bahwa biaya organisasi distribusi akan lebih rendah jika panjang mata rantai lebih pendek.⁵

Menurut penelitian ini, bisnis Kerupuk Kemplang Maulana 88 adalah salah satu bisnis rumahan yang terus berkembang. Persaingan bisnis yang semakin ketat menyebabkan strategi untuk menarik distributor atau pembeli dari bisnis kerupuk kemplang lainnya.

Sebagai hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, beberapa hal Sebelum memilih jenis distribusi yang akan digunakan, pertimbangkan jenis produk, kemampuan perusahaan, dan faktor lainnya. lainnya dengan tujuan mencapai pasar tertentu. Oleh karena itu, tujuan akhir dari kegiatan saluran adalah pasar.

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 186.

Pemilik usaha kerupuk kemplang, Pak Maulana, mengatakan bahwa beberapa Orang menyukai produk, memberikan harga yang adil, dan mempromosikan produk tersebut. mengirimmkan nya kemudian ke pelanggan akhir. Bapak Maulana memilih jalur distribusi dari produsen ke agen, kemudian ke toko besar (pasar), kemudian ke toko kecil (toko atau warung), dan akhirnya ke pelanggan akhir.

Saluran distribusi ini mengurangi pendapatan dalam waktu tertentu untuk mengetahui hal ini, Anda dapat melihat catatan retur penjualan barang yang rusak yang tidak dapat dijual.⁶

Untuk menentukan saluran distribusi mana yang harus dicapai, faktor masa tahan lama barang dapat digunakan. Untuk barang yang dikonsumsi atau bocor rusak, mata rantai distribusi biasanya pendek atau langsung sehingga kecepatan penyajian dapat lebih terjamin.

Setelah ditemukan, Bapak Maulana salah memilih saluran distribusi. Dia tidak mempertimbangkan kemampuan perantara untuk menjual produk yang dia buat. Produk seperti makanan pada dasarnya tidak dapat bertahan lama atau mudah rusak. Untuk memastikan bahwa metode pemasaran dapat meningkatkan pendapatan, evaluasi diperlukan.

Fenomena yang ditemukan di lapangan strategi pemasaran belum terlihat dalam ekonomi islam dan faktor pendukung dan penghambat belum terlihat di agen kerupuk kemplang. Fenomena yang belum terlihat beberapa fenomena strategi

⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.

pemasaran yang mungkin belum terjelajahi secara mendalam dalam konteks ekonomi islam dan kasus kerupuk kemplang antara lain,Segmentasi pasar berbasis nilai, meskipun banyak produk halal,belum banyak riset yang mendalam mengenai segmentasi pasar berdasarkan berdasar nilai – nilai islam secara spesifik. misalnya, segmentasi berdasarkan aliran tertentu, tingkat ketaatan beragama atau kepedulian terhadap isu sosial. Pemasaran digital yang islami, Potensi penggunaan platform digital dan media sosial untuk mempromosikan produk halal dan nilai - nilai islam sangat besar. Branding yang kuat, Membangun merek yang kuat dengan nilai – nilai islam yang autentik adalah tantangan tersendiri. Kemitraan dengan influencer muslim , influencer muslim memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk opini publik. namun, bagaimana mengukur efektivitas kemitraan dengan influencer ini dapat memastikan nilai - nilai islam. Pemasaran berbasis komunitas,Komunitas muslim memiliki ikatan yang kuat. Bagaimana memanfaatkan komunitas ini untuk mempromosikan produk dan membangun loyalitas pelanggan.

Faktor pendukung seperti kualitas produk jika kerupuk kemplang memiliki kualitas yang baik, trasa dan has, dan bahan – bahan yang halal, Ini akan menjadi daya tarik unik bagi pelanggan. Harga kompetitif, harga terjangkau akan membuat produk lebih mudah diakses lebih mudah diakses jaringan distribusi yang luas, Semakin luas jaringan distribusi, semakin banyak konsumen yang dapat menjangkau produk. Potensi pasar yang besar, Masyarakat muslim merupakan pasar yang besar terutama di Indonesia.

Faktor penghambat nya termasuk agen kerupuk kemplang, mungkin belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip – prinsip pemasaran dalam islam. keterbatasan anggaran, tidak semua agen memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan kegiatan pemasaran efektif. Persaingan ketat, pasar kerupuk kemplang sangat kompetitif , sehingga sulit untuk membedakan produk dan kompetitor, perubahan tren konsumen, tren konsumen terus berubah, sehingga strategi pemasaran terus berubah, sehingga strategi pemasaran harus disesuaikan.

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah dan fenomena saat ini, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Agen Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang ”**

B. Rumusan Masalah

Penulis mengangkat masalah berikut sesuai dengan latar belakang masalah sebelumnya:

1. Bagaimana strategi pemasaran dapat mempengaruhi pendapatan usaha dari sudut pandang ekonomi islam di agen kerupuk kemplang maulana 88 Plaju Palembang?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran kerupuk kemplang maulana 88 Plaju Palembang?

C. Fokus Penelitian

Penulis membatasi topik penelitian ini menjadi Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang terhadap pendapatan usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam di Agen Kerupuk Kemplang Maulana 88 di Plaju Palembang, provinsi Sumatera Selatan. Studi ini bertujuan untuk membuat pembaca lebih mudah memahaminya dan untuk menghemat waktu dan uang.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang dari Sudut Pandang Ekonomi Islam.
- b. Untuk Mengetahui Komponen Pendukung dan Penghambat yang Berkontribusi Pada Pendapatan Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang.

2. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian Mengenai Kerupuk Kemplang Maulana 88 di Plaju Palembang, Strategi Pemasaran untuk Pendapatan Usaha dari Perspektif Ekonomi Islam Sebagai Berikut:

a. Secara teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan konsep-konsep dan penambahan. Khasanah keilmuan di bidang ekonomi syariah lebih khusus khusus dalam hal strategi pemasaran.

b. Bagi praktis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan bermanfaat masing-masing pihak, terutama industri makanan ringan kerupuk kemplang, dalam melanjutkan usaha mereka yang bergerak di bidang dagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni. *Metodelogi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Buchari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Buchari Alma. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Departemen Agama RI, No Title (Bandung: Diponegoro, 2010), 204.
- Golrida K. *Akuntansi Usaha Kecil untuk Berkembang*. Jakarta: Murai Kencana, 2008
- Hamira, Mukhlis, & Robani, B. (2019). Analisis strategi harga, strategi produk, dan keuntungan pada industri kerupuk kemplang di kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 17 (1) 8-15.
- Hasil dan Wawancara di Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari rabu tanggal 19 Maret 2025, Pukul 13.55
- Hasil dan Wawancara Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari rabu 19 Maret 2025, Pukul 14.00
- Hasil dan Wawancara Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari Rabu 19 Maret 2025, Pukul 14.05
- Hasil dan Wawancara Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari Rabu 19 Maret 2025, Pukul 14.10
- Hasil dan Wawancara Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari Rabu 19 Maret 2025, Pukul 14.15
- Hasil dan Wawancara Usaha Kerupuk Kemplang Maulana 88 Plaju Palembang pada hari Rabu 19 Maret 2025, Pukul 14.20

Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011

Islahuzzaman, *istilah-Istilah...*, h.315.

Islahuzzaman. *Istilah-Istilah Akuntansi dan Auditing*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.

Jakarta; Penerbit Erlangga,1990,Jilid 1,Ed.Kelima

Jonatan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 1*. Yogyakarta: andi, 2006

Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Social*. Bandung: Alumi, 1986.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014

Kertajaya and Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008),26.

Leonardus Saiman. *Kewirausahaan. Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Selemba Empat, 2009.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.

M. Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014

Mahmud Machfoed. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007

Moh. Kasiram. *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.

Mulyadi Nitisusastro. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta : Bumi Aksara, 2012.

Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.

Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan da pengendalian*.

PKM-GT-09-IPB-Exval-Kode Etik Pemasaran. Pdf

Rony Kountor. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Akasara, 2005

Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

STAIN Jurai Siwo. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Revisi 2013*. Metro: STAIN Jurai Siwo, 2013.

Sudaryono. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014.

Sutrisno Hadi. *Metode Research Jilid I*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.

Thee kian Wie. *Industralisasi di Indonesia, Beberapa kajian*. Jakarta: LP3ES, 1994.

W Gulo. *Metode Penelitian*, Jakarta: Widia Sarana Indonesia, 2002. Thee kian

Wie. *Industralisasi di Indonesia, Beberapa kajian*. Jakarta: LP3ES, 1994.

W Gulo. *Metode Penelitian*, Jakarta: Widia Sarana Indonesia, 2002