

**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KEMPLANG INDUSTRI  
RUMAHAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI DESA  
PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**



**SKRIPSI SARJANA SI**

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**Oleh :**

**Alfina Damai Yanti**

**NIM 642021034**

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

**2025**

Perihal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah

Palembang

**Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh**

Setelah mengadakan dan perbaikan seperlunya maka skripsi yang ditulis oleh saudara Alfina Damai Yanti (642021034) yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KEMPLANG INDUSTRI RUMAHAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI DESA PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR”**. Telah dapat diajukan dalam sidang Munaqosayah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian, semoga bermanfaat bagi kepentingan tentang Ekonomi Syari,,ah atas segala perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh**

Palembang, 12 Agustus 2025

**Pembimbing I**



**H. Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I**  
**NMB/NIDN : 1081397/205068801**

**Pembimbing II**



**Dr. Drs. Hoirul Amri, M.E.Sy**  
**NMB/NIDN: 1098817/021205660**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KEMPLANG INDUSTRI**  
**RUMAHAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI DESA**  
**PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

Yang ditulis oleh: Alfina Damai Yanti, 642021034

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan

Didepan panitia penguji skripsi

Pada Tanggal 12 Agustus 2025

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat Memperoleh:

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang 12 Agustus 2025

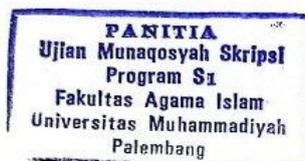
Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

**Panitia Penguji Skripsi**

**Ketua**

**Dr. Rulitawati, S.Ag. M.Pd.I**  
NBM/NIDN : 895938/02060572021



**Sekretaris**

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

**Penguji I**

**Hendri Nur Alam, S.E., M.Si**  
NBM/NIDN : 1231101/222108202

**Penguji II**

**M. Jauhari, S.E., M.Si**  
NBM/NIDN:1096413/023110690

**Mengesahkan**

**Dekan Fakultas Agama Islam**



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

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alfina Damai Yanti  
Tempat/Tanggal Lahir : Pedamaran, 20 Juni 2002  
Nim : 642021034  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang Industri  
Rumahhan Terhadap Pendapatan Usaha Di Desa  
Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir”.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, Jiks terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, 16 April 2025

Yang membuat pernyataan



**Alfina Damai Yanti**

**642021034**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

"Tugas Kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah  
Untuk mencoba karena didalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan  
untuk berhasil"

**Buya Hamka**

“Segala sesuatu yang telah diawali ,maka harus diakhiri”

**Rizka Maryaningsih**

Alhamdulillah, Skripsi ini Ku Persembahkan untuk :

1. Allah SWT, Dzat Maha Pengasih dan Penyayang, atas kekuatan, kesehatan, dan kemudahan-Nya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ayahanda Abdul Halim dan Ibunda Erni, atas doa, dukungan moril dan materiil yang tak pernah putus. Doa kalian adalah kekuatan terbesar dalam hidupku.
3. Saudara-saudariku, yang selalu hadir memberi semangat saat aku hampir menyerah. Terima kasih atas motivasi dan dukungan kalian.
4. Dosen pembimbing dan seluruh dosen Program Studi Ekonomi Syariah, atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan hingga skripsi ini terselesaikan.
5. Teman-teman seperjuangan dan sahabat semua, terima kasih atas semangat, doa, dan kebersamaan yang berharga selama masa perkuliahan.
6. Almamaterku tercinta.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil \_amin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Sehingga Penulis dapat Menyelesaikan Skripsi yang Berjudul: **STRATEGI PEMASARAN KERUPUK KEMPLANG INDUSTRI RUMAHAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA DI DESA PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- ❖ Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- ❖ Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Agama Islam.
- ❖ Bapak M. Jauhari, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam

- ❖ Bapak Hendri Nur Alam, S.E., M.Si selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
- ❖ Bapak H. Rijalush Shalihin, S.E.I.,M.H.I dan Bapak Dr. Drs. Hoirul Amri, M.E.Sy selaku dosen pembimbing.
- ❖ Seluruh Wakil Dekan, Ketua Prodi, Dosen, dan Staf Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang, atas segala dukungan yang telah diberikan.
- ❖ Teruntuk kedua orangtuaku tersayang ,support system terbaik dan panutanku Ayahanda Abdul Halim, Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi,memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- ❖ Serta pintu surgaku, Ibunda Erni wanita hebatku , duniaku ,dan wanita yang tidak bisa didefinisikan. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis , beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan ,tapi semangat motivasi serta do“a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih untuk segala kasih dan sayang yang telah bapak dan ibu berikan. kalian orang tua yang sangat luar biasa.
- ❖ Untuk Saudara-saudariku, Pernando Noverta, Serly Apriani, Robby Saputra, dan Roy Julianza. Terima kasih sudah selalu ada dalam setiap langkah perjuangan ini. Kehadiran kalian bukan hanya membawa semangat, tapi juga rasa nyaman yang tak bisa digantikan. Kalian adalah tempat pulang saat lelah, dan penguat saat semangat mulai pudar.Terima kasih sudah menjadi support system terbaik dalam hidupku. Aku bersyukur bisa tumbuh dan berjuang bersama kalian.

- ❖ Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021, atas kebersamaan, motivasi, dan semangat selama masa perkuliahan.
- ❖ Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Palembang, sebagai tempat penulis tumbuh dan memperoleh ilmu serta pengalaman berharga.
- ❖ Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terbaik selama masa perkuliahan, yaitu Reza Putriani, Windiantari, Meilita Putri, dan Rani Mariska. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta bantuan yang tak ternilai selama empat tahun ini, terutama dalam proses penyusunan skripsi. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian dengan pahala dan keberkahan yang berlimpah. Aamiin.
- ❖ Alfina Damai Yanti, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Palembang, 16 April 2025

**Alfina Damai Yanti**

**Nim : 642021034**

## **ABSTRAK**

**Alfina Damai Yanti**, 642021034 skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang Industri Rumahan Terhadap Pendapatan Usaha Didesa Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku industri rumahan kerupuk kemplang di Desa Pedamaran, Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI), serta dampaknya terhadap pendapatan usaha. Kerupuk kemplang merupakan produk kuliner tradisional khas Sumatera Selatan yang memiliki nilai ekonomi dan potensi pasar yang luas, baik nasional maupun internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus penelitian mencakup strategi pemasaran yang meliputi aspek produk, harga, distribusi, dan promosi, serta faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam turut menjadi nilai tambah dalam keberlangsungan usaha kerupuk kemplang di wilayah tersebut.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kerupuk Kemplang, Industri Rumahan, Pendapatan Usaha, Nilai Islam**

## **ABSTRACT**

**Alfina Damai Yanti, 642021034 Thesis Title: Marketing Strategy of Home-Based Kemplang crackers Industry Toward Business Income in Pedamaran Village, Ogan Komering Ilir .Regency** This research aims to analyze the marketing strategies implemented by home-based Kemplang crackers producers in Pedamaran Village, Ogan Komering Ilir (OKI) Regency, and their impact on business income. Kemplang crackers is a traditional culinary product from South Sumatra with significant economic value and wide market potential, both nationally and internationally. The study employs a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation. The research focuses on marketing strategies covering product, pricing, distribution, and promotion aspects, as well as supporting and inhibiting factors in the marketing process. The results show that effective marketing strategies can increase competitiveness and expand market reach, thereby positively impacting business income. Additionally, the implementation of Islamic business ethics serves as an added value to the sustainability of Kemplang crackers enterprises in the region.

**Keywords:** *Marketing Strategy, Kemplang crackers, Home Industry, Business Income, Islamic Values*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELEVAN .....</b>	<b>34</b>
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
1. Pengertian strategi .....	8
2. Jenis Strategi.....	9
3. Komponen Strategi .....	10
4. Penyusunan Strategi .....	11
5. Pengertian Pemasaran .....	11
6. Marketing Mix Strategy.....	14
7. Strategi Pemasaran.....	16
8. Segmen Pasar.....	19
9. Penentuan Posisi Pasar.....	21

10. Strategi Memasuki Pasar .....	22
11. Kerangka Pemasaran Dalam Bisnis Islam .....	25
12. Strategi Pemasaran Rasulullah SAW .....	26
13. Pendapatan Usaha.....	30
<b>B. Penelitian Yang Relevan .....</b>	<b>34</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	36
B. Situasi Sosial Dan Subjek Penelitian.....	37
C. Jenis Dan Sumber Data .....	37
D. Teknik Pengumpulan Data .....	39
E. Teknik Analisis Data .....	40
F. Rencana Dan Waktu Penelitian .....	41
<b>BAB IV DESKRIPSI LOKASI, HASIL PENELITIAN, DAN ANALISIS</b>	
<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
<b>A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....</b>	<b>43</b>
1. Gambaran Umum Desa Pedamaran.....	43
2. Sejarah Kerupuk Kemplang Rizki di Pedamaran... ..	44
3. Lokasi Warung KerupukKemplang Rizki .....	45
4. Jumlah Tenaga Kerja Kerupuk Kemplang .....	46
5. Visi-Misi Warung Kerupuk Kemplang Rizki.....	46
6. Jenis Produk Warung Kerupuk Kemplang Rizki.....	47
<b>B. Temuan Penelitian Dan Pembahasan .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
A. KESIMPULAN .....	57
B. SARAN .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN I</b>	: Pedoman Wawancara
<b>LAMPIRAN II</b>	: Sk Pembimbing I Dan II
<b>LAMPIRAN III</b>	: Surat Izin Penelitian
<b>LAMPIRAN IV</b>	: Surat Balasan Izin Penelitian
<b>LAMPIRAN V</b>	: Bukti Konsultasi Pembimbing I Dan II
<b>LAMPIRAN VI</b>	: Bukti Konsultasi Skripsi Penguji I Dan II
<b>LAMPIRAN VII</b>	: Daftar Riwayat Hidup
<b>LAMPIRAN VIII</b>	: Dokumentasi

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1.</b> Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Yang Relevan .....	36
<b>Tabel 3.1</b> Waktu Penelitian Dan Jenis Kegiatan Penelitian .....	42
<b>Tabel 4.1</b> Nama Dan Tugas Tenaga Kerja Kerupuk Kemplang .....	46
<b>Tabel 4.2</b> Daftar Produk Dan Harga Kerupuk Kemplang Rizki .....	48

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri Kerupuk kemplang merupakan hasil industri makanan tradisional yang berasal dari kabupaten ogan komering ilir (OKI) di Sumatera Selatan. Produk ini merupakan bagian penting dari masakan nasional yang dikenal luas di kalangan masyarakat daerah. Kerupuk kemplang dibuat dengan mencampurkan tepung ikan dengan bumbu khusus, kemudian dikeringkan dan digoreng hingga renyah. Selain rasanya yang lezat dan teksturnya yang renyah, kerupuk kemplang juga menjadi simbol kekayaan kuliner tradisional Sumatera Selatan, Kerupuk kemplang tidak hanya populer di kalangan masyarakat lokal, akan tetapi sudah menjangkau secara nasional berpotensi untuk dijual ataupun juga untuk diperdagangkan di wilayah lain Indonesia bahkan di pasar internasional.

Produk ini memiliki nilai jual yang cukup tinggi karena keunikannya bahkan bahan bakunya yang unik dan cara pembuatannya masih secara tradisional, serta merupakan produk yang diharapkan dapat berkembang menjadi produk unggulan di daerah. Oleh karena itu, kerupuk kemplang berpotensi menjadi produk yang dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat setempat, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kabupaten ogan komering ilir. Umumnya dan Desa Pedamaran pada khususnya.

Usaha kerupuk kemplang adalah salah satu jenis usaha rumahan yang berpotensi untuk berkembang melebihi skala kecil. Kerupuk kemplang sebagai makanan khas memiliki banyak produk dan pesaing pasar, sehingga untuk membedakan produk tersebut maka sangat penting untuk menjaga mutu agar sesuai dengan standar kesehatan secara BPOM demi kepuasan konsumen. Selain kualitas, penentuan harga yang kompetitif juga krusial, mengingat banyaknya usaha sejenis dengan harga yang serupa. Meskipun demikian, perusahaan harus lebih mengutamakan kualitas produk, karena produk yang baik akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang.<sup>1</sup> Oleh karena itu, usaha kerupuk kemplang harus fokus pada pelayanan yang baik kepada calon konsumen. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan pembelian kembali produk tersebut. Selain itu, komunikasi dan promosi yang secara efektif dengan konsumen sangat penting, karena banyak usaha kecil kurang memperhatikan aspek ini dan hanya mengandalkan lisan dari mulut ke mulut saja.

Seperti produk lainnya, usaha kerupuk kemplang juga memerlukan strategi pemasaran yang efektif. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan membantu bersaing dengan usaha sejenis. Dengan demikian, pemasaran menjadi salah satu kegiatan utama dalam menjaga kelangsungan, perkembangan, dan profitabilitas usaha. Dengan

---

<sup>1</sup> Johan Arifin, "*Etika Bisnis Islam*", Semarang : Walisongo Press, 2009, h. 81.

mempertimbangkan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat lebih fokus pada kebijakan masa depan.<sup>2</sup>

Islam adalah agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia secara komprehensif, termasuk urusan sosial, ekonomi, dan peribadatan. Bahkan bagi umat Islam, agama ini bukan hanya sekadar sistem kepercayaan, melainkan juga sebuah (*way of life*) yang harus diterapkan secara menyeluruh dalam setiap aspek kehidupan. Berkaitan dengan konteks ini, bisnis menjadi salah satu arena penting di mana prinsip-prinsip Islam dapat diimplementasikan. Dalam Islam, aktivitas perdagangan, perniagaan, dan bisnis diperbolehkan, asalkan tidak mengandung unsur penipuan, kedzaliman, atau praktik tidak etis lainnya. Islam sangat mendorong umatnya untuk menjalani usaha yang halal dan bermanfaat, yang sesuai dengan ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Kedua sumber utama tersebut menjadi pedoman bagi umat Muslim untuk mengelola aktivitas bisnis dengan penuh integritas dan keberkahan.<sup>3</sup> Firman Allah Dalam Al-Quran Surat Al-baqarah Ayat 168 :

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حٰلَ اَلْحَيٰوةِ طَيِّبًا ۗ وَارْتَدُّوْا وُجُوْكُمْ لِحَيْۤاتِكُمْ ط  
 ۝۱۶۸

اَللّٰمُ عَدُوُّ مُلْكِيْ هٗ اَوْ هٗ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Fuad, et.al. “Pengantar Bisnis” Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2006, h. 1

<sup>3</sup> Fuad, Dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2006, h. 1

<sup>4</sup> Al-Quran Surat Al-baqarah Ayat 168, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168>.

Al-Qur'an dan sunnah memberikan nilai-nilai dasar dan prinsip-prinsip umum yang dapat diterapkan dalam dunia bisnis. Misalnya, prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial adalah nilai-nilai yang sangat dianjurkan. Penerapan prinsip-prinsip ini harus disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kondisi sosial, sehingga umat Islam dapat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat modern. Syariat Islam juga menggarisbawahi pentingnya tawakal, yaitu bersandar dan menyerahkan hasil usaha kepada Allah Ta'ala. Ini mencerminkan keyakinan bahwa, meskipun manusia berusaha dengan keras, hasil akhir tetap berada di tangan Allah. Dengan demikian, setiap usaha bisnis yang dilakukan harus disertai dengan doa dan keikhlasan, menjadikan usaha tersebut tidak hanya sebagai pencarian keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk ibadah.<sup>5</sup>

Bisnis pada hakikatnya adalah usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam dunia yang semakin kompleks, aktivitas bisnis mencakup berbagai aspek, mulai dari produksi, pembelian, penjualan, hingga pertukaran barang dan jasa. Aktivitas ini melibatkan individu maupun perusahaan yang bertujuan untuk menghasilkan laba guna memastikan kelangsungan hidup mereka. Disamping itu, bisnis bukan hanya sekadar cara untuk mendapatkan keuntungan finansial, akan tetapi juga merupakan sarana untuk memberikan manfaat kepada masyarakat. Melalui praktik bisnis yang baik, para pelaku usaha dapat berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap

---

<sup>5</sup> *Ibid*, h.4

pelaku bisnis Muslim untuk menjalankan usahanya dengan integritas dan etika yang tinggi, agar dapat menciptakan dampak positif tidak hanya bagi diri sendiri, tetapi juga bagi komunitas yang lebih luas.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam ke dalam praktik bisnis, umat Muslim tidak hanya dapat mencapai kesuksesan duniawi, tetapi juga mendapatkan keberkahan dan ridha dari Allah SWT dalam setiap langkah dan usaha mereka. Untuk memastikan kelangsungan suatu usaha, diperlukan serangkaian langkah strategis yang terencana dengan baik. Pertama-tama, analisis pasar menjadi langkah awal yang krusial. Dalam tahap ini, penting untuk memahami tren pasar, perilaku konsumen, dan kompetitor. Melalui analisis ini, kita dapat mengenali peluang yang ada di pasar dan mengidentifikasi segmen yang berpotensi untuk dijangkau.<sup>6</sup>

Berdasarkan dari Latar belakang masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti penelitian ini dengan judul “ **Strategi Pemasaran Kerupuk Kemplang Industri Rumahan Terhadap Pendapatan Usaha di desa pedamaran OKI.**”

---

<sup>6</sup> Aime Heene, Dkk, *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*, Bandung: Pt Refika Aditama, 2010, h..75

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan terhadap pendapatan usaha di desa Pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir ?
2. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pada pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan terhadap pendapatan usaha di desa Pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir?
3. Bagaimana dampak pemasaran kerupuk kemplang terhadap peningkatan usaha?

## **C. Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian ini akan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku industri rumahan kerupuk kemplang di Desa Pedamaran, Kabupaten Ogan Komering Ilir, dengan fokus pada pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan di desa Pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pada pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan di desa Pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir .
- 3 Untuk mengetahui bagaimana dampak pemasaran kerupuk kemplang terhadap peningkatan usaha.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### 1. Peneliti

Penulis dapat menambahkan pengetahuan tentang strategi pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan di desa Pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir .

### 2. Bagi Fakultas

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi dan sumber ilmu pengetahuan bagi mahasiswa/i mengenai strategi pemasaran kerupuk kemplang industri rumahan di desa pedamaran kabupaten Ogan Komering Ilir

### 3. Bagi Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan menambah wawasan dalam melihat strategi promosi yang akan meningkatkan penjualan sehingga dapat menambah kesejahteraan pengusaha kerupuk kemplang.

### 4. Bagi Masyarakat

Di desa pedamaran diharapkan masyarakat umumnya dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi,tetapi juga sesuai dengan nilai – nilai islam yang dianut secara luas di masyarakat desa pedamaran .

## DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Al-Sheha. (2004). *Bisnis dalam Perspektif Islam*. Riyadh: Darussalam.

Agustinus Sri Wahyudi. (1996). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Heene, dkk. (2010). *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 168. Diakses dari: <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/168>.

Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29. Diakses dari: <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>.

Andy Lareza. (2021). *Analisis Kinerja Produksi dan Strategi Pemasaran Agroindustri Kerupuk Kemplang di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek (Cet. ke-1)*. Jakarta: Gema Insani.

Antonio, Muhammad Syafi'i. (2007). *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad SAW*. Jakarta: Pro-U Media.

Bungin, Burhan. (2013). *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Cindy Putri Mareta. (2023). *Strategi Penjualan Kerupuk Kemplang Pedas di Desa Lembak melalui Mahasiswa KKN Tematik*. Palembang: Universitas Sriwijaya.

Czinkota, Michael R., & Ronkainen, Ilkka A. (2012). *International Marketing (Edisi ke-9)*. Jakarta: Salemba Empat.

Fandi Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran (Cet. ke-2)*. Yogyakarta: Andi. Fuad, et

al. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Fitri Yani. (2018). *Pengaruh Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Kemplang terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Home Industri di Desa Adijaya Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)*. Lampung Tengah: Universitas Lampung.

Gerry Johnson & Kevan Scholes. (2008). *Exploring Corporate Strategy* (Edisi ke- 8). Jakarta: Pearson Education.

Golrida, K. (2008). *Akuntansi Usaha Kecil untuk Berkembang*. Jakarta: Murai Kencana.

Hasan, Iqbal. (2013). *Pokok-Pokok Metodologi dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Hidayat, Z. (2005). *Sejarah dan budaya masyarakat Pedamaran* (hlm. 47–48). Palembang: Penerbit Sumatera Selatan.

<http://pengertian-menurut.blogspot.co.id>, diakses pada 13 Juli 2017

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

Johan Arifin. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.

Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke- 12). Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke- 13). Jakarta: Erlangga.

Lexy J. Moleong. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Romaja Rosdakarya.

Musfikom. (2016). *Panduan Lengkap Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prestasi Pustakarya.

Nurul Uyun. (2021). *Manajemen Strategi Perusahaan* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Makassar).

Qur'aini, F., Barokah, F., & Yasin, M. (2023). Analisis Disparitas Pendapatan Pengusaha Sapi Perah yang Berada di Desa Pacet Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 100-106.

Ramadhan, R., & Nurahma, S. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10(2), 113-128.

Sentot Iman Wahjono. (2010). Manajemen Pemasaran Bank. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wendell R. Smith. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing*, 21(1), 3-8.

Wikipedia contributors. (n.d.). Desa Pedamaran. Wikipedia. Diakses pada 14 Juni 2025, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Ogan\\_Iilir](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Ogan_Iilir).