

**ANALISIS PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PRODUK
MAKANAN DI WARTEG MAZBALAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Oleh:

Muhammad Nur Khairil Anwar

NIM: 21170068

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

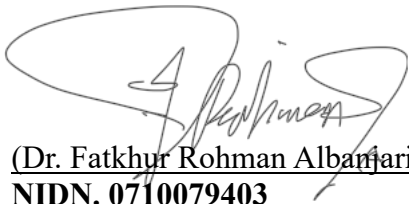
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Nur Khairil Anwar (21170068) ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.



(Mushlih Candrakusuma, S.H.I., M.E.)
NIDN. 0720098906

Ketua Penguji



(Dr. Fatkhur Rohman Albanjari, M.E.)
NIDN. 0710079403

Penguji I



(Dr. Adi Santoso, S.E., M.M.)
NIDN. 0727118803

Penguji II

Mengesahkan,

Mengetahui,

Dekan Fakultas Agama Islam

Kepala Program Studi Universitas

Muhammadiyah

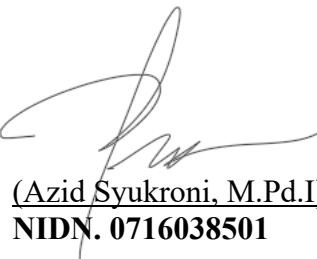
Ekonomi Syariah Fakultas

Ponorogo

Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

(Dr. Ayok Ariyanto, M.Pd.I)
NIK. 1988260520210912



(Azid Syukroni, M.Pd.I)
NIDN. 0716038501

NOTA PERSETUJUAN MUNAQOSYAH

Skripsi oleh Muhammad Nur Khairil Anwar (21170068) ini telah diperiksa dan di
setuju kan untuk diujikan.

Ponorogo, 18 Juni 2024

Pembimbing I,



Bapak Dr. Nurul Iman, Lc, M.H.I.
NIDN. 0704027201

Ponorogo, 18 Juni 2024

Pembimbing II,



Bapak Mushlih Candrakusuma, S.H.I., M.E.
NIDN. 0720098906

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Nur Khairil Anwar

NIM : 21170068

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dengan Judul :

“ANALISIS PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PRODUK MAKANAN DI WARTEG MAZBALAH”

adalah hasil karya Saya sendiri, bukan **“duplikasi”** karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **“klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapa pun.

Ponorogo, 18 Juni 2024

Hormat Saya,



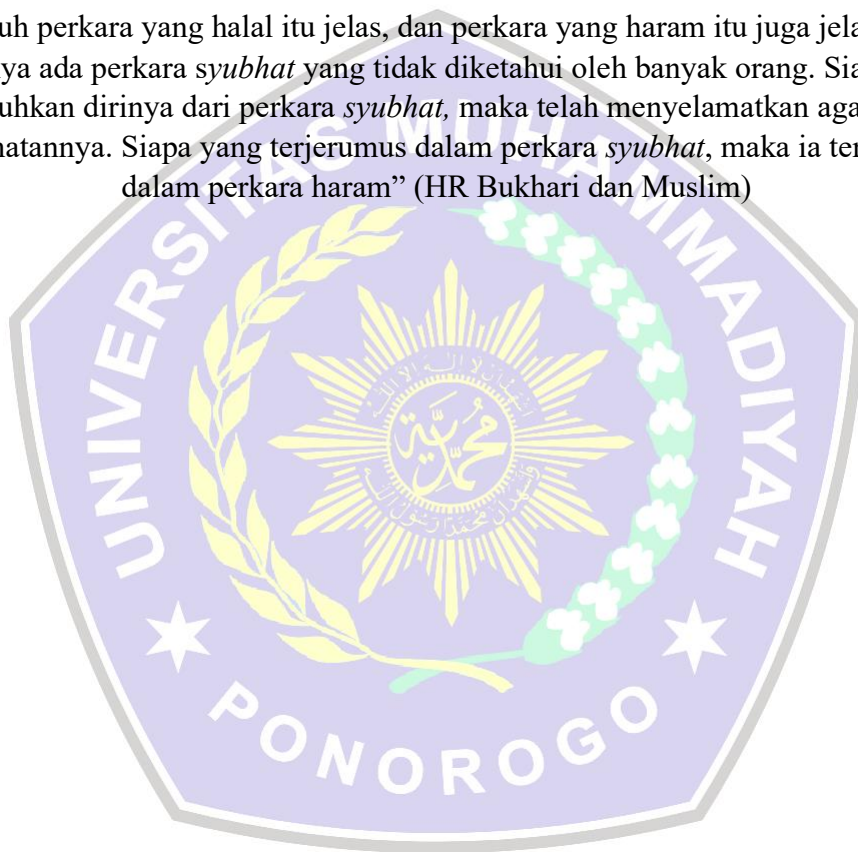
Muhammad Nur Khairil Anwar
NIM. 21170068

MOTTO

إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ وَالْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ

فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ

"Sungguh perkara yang halal itu jelas, dan perkara yang haram itu juga jelas. Antara keduanya ada perkara *syubhat* yang tidak diketahui oleh banyak orang. Siapa yang menjauhkan dirinya dari perkara *syubhat*, maka telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Siapa yang terjerumus dalam perkara *syubhat*, maka ia terjerumus dalam perkara haram" (HR Bukhari dan Muslim)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa skripsi ini.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. beserta segenap keluarga, sahabat, dan pengikutnya. Dialah sang revolusioner sejati utusan Allah sebagai rahmat bagi alam semesta. Merupakan suatu kebahagiaan dan rasa syukur bagi peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PRODUK MAKANAN DI WARTEG MAZBALAH**

sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Proses penelitian skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak. Oleh karenanya, peneliti ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya disertai ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Happy Susanto, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Ayok Ariyanto, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Azid Syukroni, M.Pd.I selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. Bapak Dr. Nurul Iman Lc, M.H.I. dan Bapak Mushlih Candrakusuma, S.H.I., M.E.
selaku Pembimbing I dan II dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Fatkhur Rohman Albanjari, M.E. dan Bapak Dr. Adi Santoso S.E., M.M. selaku penguji pada ujian sidang Munaqosyah skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf dilingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendidik dan membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata Satu (S-1).
7. Pak Wagiman selaku pemilik Warteg Mazbalah di Jakarta Selatan
8. Rafli Enrico Imerza selaku sahabat buruk saya yang selalu menemani ketika senang dan senangnya saja.
9. Teman-teman seangkatan di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Peneliti,



Muhammad Nur Khairil Anwar

DAFTAR ISI

ANALISIS PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PRODUK MAKANAN DI WARTEG MAZBALAH	1
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
NOTA PERSETUJUAN MUNAQOSYAH	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	1
ABSTRACT	2
BAB I	3
PENDAHULUAN	3
A. Konteks Penelitian	3
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	8
F. Definisi Istilah	9
Pemasaran Syari'ah	9
Strategi Pemasaran	13
Tantangan dan Hambatan	15
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA	17

A. Kajian Penelitian Terdahulu	17
B. Landasan Teori	23
1. Pemasaran Syari'ah	23
2. Strategi Pemasaran	24
3. Tantangan dan Hambatan	28
C. Kerangka Berpikir	28
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Data dan Sumber Data.....	32
D. Prosedur Pengumpulan Data	33
E. Analisis Data	35
BAB IV.....	37
PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Paparan Data Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian	41
C. Pembahasan.....	49
BAB V	63
PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70
TRANSKRIP DOKUMENTASI.....	70
TRANSKRIP WAWANCARA	75
TRANSKRIP OBSERVASI.....	80
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.Total Pendapatan dan Estimasi Pendapatan Industri Halal	4
Tabel 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2.2. Kerangka Berpikir.....	30
Tabel 4.1. Jumlah Warteg Per Kecamatan Nama Kecamatan	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Marketing Mix Syariah	26
Gambar 2.2. Konsep inti pemasaran	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Dokumentasi.....	70
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	75
Lampiran 3. Transkrip Observasi.....	80
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi	83



ABSTRAK

Anwar, Khairil, Nur, M, 2024. *ANALISIS PEMASARAN SYARIAH TERHADAP PRODUK MAKANAN DI WARTEG MAZBALAH* Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing: Bapak Dr. Nurul Iman Lc, M.H.I dan Bapak Mushlih Candrakusuma, S.H.I., M.E.

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Produk Makanan.

Skripsi ini membahas terkait bagaimana pemasaran syariah usaha warteg yang ada di Jakarta Selatan (Analisis Pemasaran Syariah terhadap Produk Makanan di Warteg Mazbahlah). Skripsi ini sendiri tersusun dengan mengangkat masalah yaitu: Bagaimana pemasaran syariah yang dilakukan oleh Warteg Mazbahlah dan strategi apa yang mereka gunakan untuk memasarkan produk makanan mereka. Pemasaran Syariah merupakan suatu konsep pemasaran yang terdiri dari berbagai macam elemen yang mana dalam penerapannya dilandaskan atas akad dan sesuai dengan apa yang di perintahkan oleh syariat. Strategi pemasaran sendiri menjadi salah satu faktor pendukung yang mana dalam memberikan profit tambahan dalam suatu perusahaan. Maka demi mendukung hal tersebut diperlukan Strategi pemasaran makanan yang baik untuk menunjang produk makanan yang di tawarkan oleh Warteg Mazbahlah agar banyak diminati oleh banyak konsumen.

Berdasarkan masalah di atas, peneliti mempunyai 3 rumusan masalah yang akan di teliti. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1.) Bagaimana Warteg Mazbahlah memasarkan produk makanan mereka kepada masyarakat sekitar?, 2.) Apa Strategi yang digunakan oleh pemilik Warteg Mazbahlah dalam pemasaran produk makanan mereka?, 3.) Apa tantangan dan Hambatan bagi Warteg Mazbahlah dalam memasarkan produk mereka?

Jenis Penelitiannya adalah penelitian studi kasus, Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, teknik observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari Pemilik Warteg Mazbahlah, Karyawan Warteg Mazbahlah, dan beberapa pelanggan tetap Warteg Mazbahlah. Data yang terkumpul untuk observasi data wawancara dianalisis dengan teknik analisis triangulasi.

Hasil dari penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwasanya Warteg Mazbahlah memasarkan produk makanan mereka menggunakan panduan pemasaran syariah yang terdiri dari 5 elemen pokok dengan menerapkan sistem yang sesuai dan terpantau oleh ajaran agama Islam, sedangkan mereka menggunakan strategi produk, harga, promosi, dan tempat dalam berjualan dengan berlandaskan nilai-nilai syariah, terdapat beberapa kendala juga yang menjadi penghalang dalam berjalannya usaha mereka yang mana dibagi menjadi 3 bagian, yaitu: kendala sebelum terjadinya Covid-19, kendala ketika terjadinya Covid-19 dan kendala pemasaran produk makanan mereka setelah terjadinya Covid-19.

ABSTRACT

Anwar, Khairil, Nur, M, 2024. ANALYSIS OF SHARIA MARKETING ON THE FOOD INDUSTRY IN WARTEG MAZBALAH Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, University of Muhammadiyah Ponorogo. Supervisors: Mr. Dr. Nurul Iman Lc, M.H.I and Mr. Mushlih Candrakusuma, S.H.I., M.E.

Keywords: Sharia Marketing, Food Industry.

This thesis discusses how sharia marketing of warteg businesses in South Jakarta (Sharia Marketing Analysis of the Food Industry in Warteg Mazbahlah). This thesis itself is composed by raising the problem, namely: How is sharia marketing carried out by Warteg Mazbahlah and what strategies do they use to market their food products. Sharia Marketing is a marketing concept consisting of various elements which in its application are based on contracts and in accordance with what is ordered by sharia. Marketing strategy itself is one of the supporting factors which in providing additional profits in a company. So in order to support this, a good food marketing strategy is needed to support the food products offered by Warteg Mazbahlah so that they are in great demand by many consumers

Based on the above problem, the researcher has 3 problem formulations that will be examined. The formulation of the problem in this study is 1.) How does Warteg Mazbahlah market their food products to the surrounding community?, 2.) What are the strategies used by Warteg Mazbahlah owners in marketing their food industry products?, 3.) What are the challenges and obstacles for Warteg Mazbahlah in marketing their products?

The type of research is case study research, this research is carried out with a qualitative approach with a descriptive method. Data collection was carried out using interview methods, observation techniques, and documentation. The informants in this study consisted of Warteg Mazbahlah Owners, Warteg Mazbahlah Employees, and several regular customers of Warteg Mazbahlah. The data collected for the observation of interview data was analyzed by triangulation analysis technique.

As a result of this study, the researcher concluded that Warteg Mazbahlah markets their food products using sharia marketing guidelines consisting of 5 main elements by implementing a system that is appropriate and monitored by Islamic religious teachings, while they use product strategies, prices, promotions, and places to sell based on sharia values, there are several obstacles that also become obstacles in the running of their business which are divided into 3 sections, namely: obstacles before Covid-19, obstacles during Covid-19 and obstacles in marketing their food products after Covid-19.