

**PERSAINGAN BISNIS RITEL ANTARA INDOMARET DAN ALFAMART  
DALAM PERSPEKTIF *MARKETING MIX*  
(STUDI KASUS DI GENUK KOTA SEMARANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Melengkapi syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1)  
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

IFSHOHIN NUTHQIYAH  
112411169

**EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2016**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
a.n. Sdr. Ifshohin Nuthqiyah

Kepada Yth  
Dekan FEBI  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamua'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Ifshohin Nuthqiyah  
Nomor Induk : 112411169  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : **PERSAINGAN BISNIS RITEL ANTARA  
INDOMARET DAN ALFAMART DALAM  
PERSPEKTIF *MAKETING MIX* (STUDI  
KASUS DI GENUK KOTA SEMARANG)**

Selanjutnya saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I,

Semarang, November 2016

Pembimbing II,

Dr. H. Muhammad Saifullah. M.Ag  
NIP. 19690120 199403 1 004



Drs. Saekhu, MH  
NIP. 19700321 199603 1 003



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
EKONOMI ISLAM

JL. Prof. Dr. Hamka KM.2 Ngalian Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi saudara

NIM : 112411169

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **PERSAINGAN BISNIS RITEL ANTARA  
INDOMARET DAN ALFAMART DALAM  
PERSPEKTIF *MARKETING MIX* (STUDI KASUS DI  
GENUK KOTA SEMARANG)**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal:

**9 Desember 2016**

Selanjutnya dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 tahun akademik 2016/2017

Semarang, 9 Desember 2016

Mengetahui,

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.  
NIP. 19670119 199803 1 002

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.  
NIP. 19700321 199603 1 003

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.  
NIP. 19710830 199803 1 003

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing I

Pembimbing II,

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.  
19700321 199603 1 003


Drs. H. Saekhu, MH  
NIP. 19690120 199403 1 004

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, November 2016

Deklarator,



Ifshohin Nuthqiyah

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”  
(QS. an-Nisa: 29)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 2002, h. 122

## ABSTRAK

Fenomena perkembangan usaha atau bisnis di Indonesia dewasa ini telah mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hampir tidak ditemukan sebuah merek yang dapat berjalan sendiri tanpa mengalami persaingan. Persaingan terlihat makin sengit ketika banyak dijumpai gerai minimarket yang saling berdekatan atau bahkan berdampingan. Terutama pada minimarket Indomaret dan Alfamart. Dimana ada Indomaret, di situ ada pula Alfamart. Di daerah Genuk banyak ditemukan Indomaret dan Alfamart baru yang jaraknya saling berdekatan, selain tempat dilihat dari *marketing mix* lainnya yaitu harga, produk, dan pelayanan juga hampir tidak jauh berbeda. Dalam ekonomi syariah tidak diperbolehkan bahwa adanya ketidakadilan distribusi pendapatan, dimana kesenjangan pendapatan dan kekayaan yang ada dalam masyarakat berlawanan dengan semangat dan komitmen Islam terhadap persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian yaitu “bagaimana persaingan bisnis ritel antara Indomaret dan Alfamart dalam perspektif *marketing mix* di Genuk kota Semarang?”, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana persaingan Indomaret dan Alfamart dilihat dari perspektif *marketing mix*.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, pendekatan deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplor dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, atau penelitian lapangan, dimana terdapat data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan : observasi, *interview* (wawancara), dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah bahwa persaingan bisnis ritel antara Indomaret dan Alfamart dalam perspektif *marketing mix* di Genuk kota Semarang bahwa produk-produk yang dijual sama-sama beragam pilihan dan bervariasi, yang menyediakan produk lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan yang berlabel “halal”. Segi harga menunjukkan kedua minimarket ini cukup seimbang namun beberapa produk menunjukkan bahwa harga di Indomaret lebih mahal meskipun selisihnya tidak jauh beda. Promosi setiap bulannya menggelar program *product of the month*, dalam melakukan promosi sama-sama menggunakan media cetak atau media elektronik sebagai sarana komunikasi. Dalam hal lokasi kedua minimarket ini sama-sama mengembangkan gerainya ke berbagai wilayah seperti perumahan yang ramai dengan penduduk dan aktifitas, lokasi yang strategis untuk dijadikan minimarket. Pelayanan yang diterapkan adalah karyawan yang ramah dengan pembeli dan menerapkan sistem yang berstandar mulai dari proses rekrutmen, pelatihan dan pengelolaan sumber daya manusia.

Kata Kunci : Persaingan Bisnis, Indomaret dan Alfamart, *Marketing Mix*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini, penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan juga Ibu yang sudah memberikan doa, dukungan dan semangat dan kasih sayang.
2. Kakakku Dzannurain dan mas Talkhis Ulin Nuha Baihaqi Haidan dan adikku Muhammad Syamsul Ma'arif yang selalu memberi motivasi dan membantuku.
3. Semua sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat dan doanya.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah meridhoi dan mengilhami selama masa penulisan. Tanpa rahmat dan ridho-Nya penulis tidak akan mampu untuk mempersembahkan sebuah karya tulis ilmiah (Skripsi) ini. Tidak lupa sholawat serta salam tidak henti-hentinya penulis haturkan kepada kekasih Allah, junjungan kita nabi agung Muhammad SAW yang selalu membimbing dan menunjukkan umatnya ke jalan yang benar.

Skripsi disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, sebagai penulis pemula tidak akan mudah untuk menulis sebuah Skripsi yang bermutu tinggi maka dengan kerendahan hati penulis akan menyajikan sebuah karya tulis atau Skripsi dengan judul **"PERSAINGAN BISNIS RITEL ANTARA INDOMARET DAN ALFAMART DALAM PERSPEKTIF *MARKETING MIX* (STUDI KASUS DI GENUK KOTA SEMARANG)"**

Dalam penyusunan Skripsi ini penulis telah banyak sekali mendapatkan bantuan-bantuan dari beberapa pihak secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Furqon, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag selaku dosen pembimbing I dan Bapak H. Suwanto (alm.) yang kemudian di ganti Bapak Drs. H. Saekhu, MH. Selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan restu dan doa yang tak henti-hentinya.
6. Seluruh dosen FEBI.
7. Pihak Indomaret dan Alfamart



8. Sahabat seperjuangan Kelly Ayu Utami, Chilyatunnisa' Dan Kumalasari.
9. Teman-teman KKN Pati posko 8
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya Skripsi ini. Penulis hanya mampu menghaturkan sebuah ucapan terima kasih yang tulus dan ikhlas dari hati sanubari yang paling dalam, serta iringan doa semoga Allah memberikan rahmat dan keselamatan kepada kita semua. Aamiin.

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca yang budiman.

Semarang, November 2016

Penulis

Ifshohin Nuthqiyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
DEKLARASI .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Kajian Pustaka .....	9
E. Metode Penelitian .....	11
F. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Persaingan Bisnis .....	17
1. Pengertian Pengertian Persaingan Bisnis .....	17
2. Tujuan Yang Mendorong Persaingan Bisnis .....	19
3. Dampak Positif Adanya Persaingan Bisnis .....	20
4. Menyikapi Persaingan Bisnis Sesuai Syariah .....	21
5. Faktor Pendorong Persaingan .....	25
B. Pengertian Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	26
C. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	28
1. Pengertian Produk ( <i>Product</i> ).....	30
2. Pengertian Harga ( <i>Price</i> ) .....	33
3. Pengertian Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	36
4. Pengertian Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	39
5. Pengertian Layanan ( <i>Service</i> ) .....	41

### BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Sejarah Minimarket .....	43
1. Sejarah Indomaret .....	43
2. Sejarah Alfamart .....	48
C. Marketing Mix Indomaret dan Alfamart .....	52
1. Marketing Mix Indomaret .....	52
2. Marketing Mix Alfamart .....	54

### BAB IV Analisis Persaingan Bisnis Ritel Antara Indomaret Dan Alfamart Dalam

Perspektif *Marketing Mix* (Study Kasus Kecamatan Genuk Kota Semarang)..... 59

1. Analisis Produk ( <i>Product</i> ) .....	59
2. Analisis Harga ( <i>Price</i> ) .....	61
3. Analisis Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	63
4. Analisis Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	65
5. Analisis Layanan ( <i>Service</i> ) .....	66

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
C. Penutup .....	72

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN