

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN SAMBEL LAYAH
CABANG KENDAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S 1)
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



**Oleh :
NURUS SAMAWATI
122411149**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.

Gondang Rt 02/Rw 04 Cepiring Kendal Jawa Tengah

Choirul Huda, M. Ag.

Perum Bukit Beringin Asri D-20 Rt 02/Rw XVI Tambak Aji Ngaliyan Semarang.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp: 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdri. Nurus Samawati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi Saudari :

Nama : Nurus Samawati

NIM : 122411149

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Layah
Cabang Kendal dalam Menghadapi Persaingan Usaha
Perspektif Ekonomi Islam**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadikan maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 November 2016

Pembimbing I



Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.

NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing II



Choirul Huda, M. Ag.

NIP. 19760109 200604 1 002



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp. 7624691, Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Nurus Samawati
NIM : 122411149
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : *Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal dalam Menghadapi Persaingan Usaha Perspektif Ekonomi Islam*

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumluade / baik / cukup, pada tanggal :

13 Desember 2016

dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Semarang, 13 Desember 2016

Mengetahui,

Ketua Sidang/Penguji

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

Sekretaris Sidang/Penguji

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

Penguji Utama I

Heny Yuniarum, SE.M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005



Penguji Utama II

H. Ahmad Furqon, LC., MA.
NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Choirul Huda, M. Ag.
NIP. 19760109 200501 1 002

MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا
يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya : “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan, di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”¹

¹ Moh Rifai, *Al qur'an dan Terjemahnya*, CV Wicaksana : Semarang, 1991, h. 22

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa memberikan Syafa'at kepada Umat Beliau kelak di Yaumul akhir.

Karya ilmiah ini penulis persembahkan untuk :

Kedua Orang Tua tercinta, Bapak Saroni dan Ibu Isnaini Nurhayati, yang selalu mendukung, menyayangi, membimbing, membiayai, dan selalu mendoakan disetiap langkah demi keberhasilan penulis.

Adikku tersayang, Muhammad Nur Rohman yang selalu menemani, menyemangati serta menghibur disaat sedih.

Almamater UIN Walisongo Semarang khususnya Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

DEKLARASI

Dengan penuh kesadaran, 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, 21 November 2016

Deklarator,



Nurus Samawati
NIM 122411149

**PEDOMAN TRANSLITERASI
HURUF ARAB KE HURUF LATIN**

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء/ا = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَيُّ = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (◌ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ = *al-thibb*.

E. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al*-.... misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al*-ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (◌ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" mislanya الطبيعية المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Dalam pemasaran ada strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, harga, dan tempat. Dari segi bauran pemasaran tersebut Sambel Layah cabang Kendal kurang memerhatikan kebersihan tempat dan pada pelayanannya melakukan sistem baru dengan konsumen membawa sendiri pesannya sehingga banyak konsumen yang merasa kurang nyaman dengan pelayanan tersebut. Serta dalam promosi Sambel Layah cabang Kendal hanya melakukan penyebaran brosur secara tidak berkala, Sambel Layah cabang Kendal tetap menjadi restoran yang banyak pengunjung. Untuk itu perlu dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran Sambel Layah cabang Kendal ditinjau dari sisi Ekonomi Islam yang dijabarkan dalam dua permasalahan: 1) Bagaimana strategi rumah makan Sambel Layah cabang Kendal dalam menarik minat membeli konsumen ? 2) Bagaimana strategi pemasaran rumah makan Sambel Layah cabang Kendal untuk menghadapi persaingan pasar dalam perspektif Ekonomi Islam ?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga dapat diperoleh data primer dan sekunder. Data-data yang terkumpul dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori-teori yang ada.

Strategi yang dilakukan Sambel Layah cabang Kendal yaitu bauran pemasaran meliputi produk, promosi, harga, tempat serta melakukan peningkatan pelayanan. Strategi-strategi tersebut dilakukan sesuai dengan nilai-nilai pemasaran syariah yaitu *Siddiq* (benar), *Amanah*, *Tabligh*, *Fathonah*. Dalam strategi penyediaan tempat yang kurang bersih Sambel Layah cabang Kendal kurang menerapkan sifat *Amanah*. Pelayanan yang dilakukan Sambel Layah cabang Kendal kurang memerhatikan karakteristik pemasaran syariah yang Humanistis artinya saling menghormati antara sesama, terlebih lagi dengan konsumen dengan menganggap bahwa konsumen adalah Raja. Dalam menghadapi persaingan pasar, Sambel Layah cabang Kendal lebih memerhatikan internal perusahaan dengan melakukan perbaikan Sumber Daya Manusia (SDM) nya. Hal tersebut berarti sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah antara lain Ketuhanan (*Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiah*), dan Humanistis (*Al-Insaniyah*).

Kata kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Nilai-nilai Pemasaran Syariah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta nikmat kepada semua hamba-Nya, khususnya bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa seluruh umat manusia kejalan yang lurus menuju ridho-Nya. Semoga kita termasuk umat beliau yang mendapat Syafa'at beliau kelak di yaumul akhir.

Dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan dan peran sertanya dalam penulisan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Ahmad Furqon, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Prodi Ekonomi Islam.
4. Bapak Muhammad Nadzir, MSI selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
5. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Choirul Huda, M.Ag. selaku dosen pembimbing II yang telah mengarahkan, membimbing, dan meluangkan waktu dan tenaganya yang sangat berharga semata-mata untuk membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis dan senantiasa memberikan motivasi selama proses perkuliahan sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Surya, selaku manajer HRD Sambel Layah Pusat Purwokerto yang telah memberikan izin penelitian.
8. Bapak Erik, selaku Supervisor Rumah Makan Sambel Layah cabang Kendal serta Ibu Hesty dan Bapak Ovi yang telah menerima, membantu, dan berbagi ilmunya dalam rangka penyusunan skripsi ini.

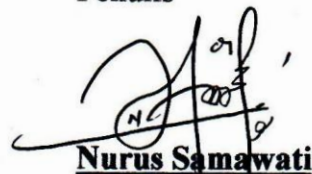
9. Segenap keluarga besar Sambel Layah cabang Kendal yang mendampingi dan membantu peneliti saat proses penelitian di Sambel Layah cabang Kendal sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Seluruh keluarga besar penulis: Bapak Saroni, Ibu Isnaini Nurhayati, Adik Muhammad Nur Rohman dan seluruh keluarga yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan semangat, do'a, dan memotivasi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat ter ramai Bolo dot com Ifni, Ayu, Ana, Ihsan, Yasin, Ina, Dwi, Taufiq, Zoana, Khoiri geng, yang selalu meramaikan hari-hariku saat bersama. Semoga persahabatan kita akan tetap terjaga sampai akhir hayat nanti.
12. Segenap keluarga Orasi Aksi 2012 yang merupakan keluarga pertama penulis di kampus UIN Walisongo Semarang.
13. Segenap keluarga besar PMII Rayon Syariah, PMII Rayon Ekonomi Bisnis Islam yang telah mengajarkan nilai-nilai perjuangan kepada penulis.
14. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Kendal (IMAKEN) cabang Walisongo yang senantiasa memberikan kehangatan antar sesama mahasiswa Kendal.
15. Segenap Lembaga Intra Kampus HMJ 2012, BPKM 2013, DEMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2014 yang telah mengajarkan arti perjuangan dan kedisiplinan penulis.
16. Seluruh rekan-rekan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) KOBİ wabil khusus Mbak Sulis ketua pertama penulis mengucapkan terimakasih atas ilmunya.
17. Seluruh teman-teman jurusan Ekonomi Islam angkatan 2012 Nia, Aini, Santi dan khususnya kelas EID 2012 yang menjadi teman diskusi di kelas. Semoga kelak kita bisa menjadi orang-orang sukses.
18. Keluarga Posko 9 KKN Mandiri Inisiatif Terprogram (MIT) ke-1 Yasin, Ihsan, Ana, Ayu, Ifni, Ina, Elys, Middah, Mas Luthfil, Mas Acek, Edy, Lisin, Shofi, Bang Muam, merupakan keluarga baru penulis yang memberikan pengajaran berupa ketekunan, kepemimpinan, sosialisasi, dan perjuangan untuk dapat mengabdikan kepada masyarakat. Semoga tali silaturahmi kita tidak akan pernah putus.
19. Seluruh staf Kantor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dalam hal pembuatan surat-menyurat, dan urusan lain yang berkaitan dengan proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi untuk peneliti yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 November 2016

Penulis



Nurus Samawati
NIM. 122411149

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Tinjauan Pustaka	11
E. Metode Penelitian	15
F. Sistematika Penulisan	19
BAB II : STRATEGI PEMASARAN DALAM ISLAM	20
A. Strategi Pemasaran.....	20
1. Strategi	20
2. Pemasaran.....	21
3. Strategi Pemasaran	22
B. Strategi Pemasaran Syariah.....	27
1. Pemasaran Syariah	27

2. Karakteristik Pemasaran Syariah.....	30
3. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah	33
BAB III : STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN SAMBEL LAYAH CABANG KENDAL.....	40
A. Profil dan Sejarah Rumah Makan Sambel Layah	40
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	41
C. Struktur Organisasi	42
D. Hari dan Jam Kerja	44
E. Produk yang ditawarkan.....	45
F. Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Layah Kendal.....	47
BAB IV : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN SAMBEL LAYAH CABANG KENDAL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.....	54
A. Strategi Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal dalam Menarik Minat Konsumen.....	54
B. Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Layah Cabang Kendal dalam menghadapi Persaingan Usaha Perspektif Ekonomi Islam.....	62
BAB V : PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran dan Rekomendasi.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	

DAFTAR TABEL

TABEL 1 : Data Jumlah Pengunjung	8
TABEL 2 : Daftar Harga Minuman.....	45
TABEL 3 : Daftar Harga Makanan	46
TABEL 4 : Daftar Harga Menu Paket.....	46
TABEL 5 : Daftar Harga Sambel	47

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 : Konsep Bisnis Muhammad.....	39
GAMBAR 2 : Struktur Organisasi.....	42