

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA
STRATEGI PEMASARAN
(STUDI USAHA DAGANG FANDI DESA OMBU-OMBU JAYA)**



TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister

Pada Program Studi Ekonomi Syariah

oleh

CATUR WULANDARI

NIM: 2021040204002

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
KENDARI**

2023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
PASCASARJANA**

*Jl. Sultan Qabimuddin No. 17 Telp/Fax (0401-3193710).
E-Mail. pascasarjana.iainkendari@gmail.com. Website. iain-kendari.ac.id*

PENGESAHAN MUNAQASYAHTESIS

Tesis dengan judul: ***"PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA STRATEGI PEMASARAN STUDI DI USAHA DAGANG FANDI DESA OMBU-OMBU JAYA"*** yang ditulis oleh Saudari **Catur Wulandari** dengan NIM: 2021040204002, Program Studi: Ekonomi Syariah telah di ujikan dalam sidang **Ujian Munaqasyah Tesis** di Pascasarjana IAIN Kendari, pada hari/tanggal: **senin, 22 Mei 2023 Jam 10.00**, dan telah diperbaiki sesuai saran dan permintaan Tim Penguji sebagai salah syarat memperoleh Gelar Magister Ekonomi..

TIM PENGUJI :

Dr. Wahyudin Maguni, SE, M.Si
(Ketua Tim Penguji)



Dr. Husain Insawan M.Ag
(Sekretaris)

Dr. Hj. Ummi Kalsum M. Ag
(Penguji)



Dr. Muhammad Hadi. M.Hi
(Penguji utama)



Kendari, 06 juni 2023



PERNYATAAN OROSINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Catur Wulandari**

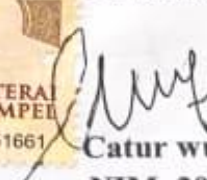
Nim : **2021040204002**

Program studi : **Ekonomi Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa segala informasi yang terjadi dalam Tesis ini yang berjudul "**Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Strategi Pemasaran Studi Di Usaha Dagang Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya**" yang dibimbing oleh **Dr. Wahyudin maguni SE, M.Si** dan **Dr. Husain Insawan M.Ag** telah diperoleh dan disajikan sesuai peraturan akademik dan kode etik IAIN kendari. saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Magister disuatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam Tesis ini telah disebut dalam daftar pustaka. Untuk itu dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri. Untuk itu jika dikemudian hari terbukti bahwa Tesis ini merupakan duplikat, tiruan, plagiasi, dan dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka saya siap diberikan sanksi akademik yang berlaku.

Kendari 06 Juni 2023




Catur wulandari
NIM. 2021040204002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله رب العلمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين
و على اله واصحابه اجمعين اما بعد

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt atas berkat dan rahmatnya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran” tepat waktu.

Adapun tujuan dari penulisan tesis ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan tesis pada Institut Agama Islam Negeri Kendari dan untuk memperoleh gelar magister ekonomi syariah.pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu bapak Jarot Wusono dan Ibu Darlin selaku orang tua kandung saya dan semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun materi sehingga tesis ini dapat selesai. Ucapan terima kasih penulis tunjukan kepada

1. Dr.Husain Insawan, M.Ag. selaku rektor IAIN kendari sekaligus pembimbing 2 yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran dalam menjalankan amanahnya untuk membina kampus IAIN kendari dan membimbing penyelesaian penulisan ini semoga Allah SWT melipat gandakan pahalanya.
2. DR. La Ode Abdul Wahab, M. Pd selaku direktur pascasarjana IAIN kendari yang selalu memberikan motivasi kepada mahasiswa
3. Dr. Wahyudin Maguni, SE,M.SI. selaku kaprodi ekonomi syariah sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama penyusunan.

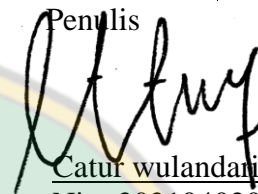
4. Dr. Muhammad Hadi. M.Hi dan Dr. Hj.Ummi Kalsum M.Ag selaku dosen penguji yang tak pernah lelah dalam memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan tesis ini.
5. Seluruh dosen dan staf pascasarjana IAIN kendari yang selalu memberikan ilmu dan pengetahuan dan sangat membantu mahasiswa dalam pelayanan dan pengurusan administrasi
6. Tilman, S.Sos, M.M sebagai kepala perpustakaan IAIN Kendari dan seluruh staf yang telah memfasilitasi penulis dalam mengakses sumber pustaka dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Kepada UD Fandi desa Ombu-Ombu Jaya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Kepada saudara kandung saya. Bripka Budi Prasetyo. Dwi Setyo Umbopo, Tri Andani S.P beserta sahabat-sahabat saya. Ratna S.E Dan Cyntia Nur Safitri yang telah memberikan semangat dan suport sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
9. Kepada Dwi indra gunarta saputra S.Pd yang telah menemani penulis sejak menempuh pendidikan S1 sampai jenjang S2. Juga berterima kasih karena senantiasa mendoakan dan memberikan semangat untuk penulis selama penulisan tesis ini.
10. Teman-teman kelas Ekonomi Syariah angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis berharap semoga bantuan dari berbagai upaya yang telah disumbangkan kepada penulis mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan senantiasa selalu dalam lindungan-Nya dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kendari, 06 Juni 2023

Penulis



Catur wulandari

Nim:2021040204002



ABSTRAK

CATUR WULANDARI NIM: 2021040204002.Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Strategi Pemasaran Studi di Usaha Dagang Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya. Pembimbing I: Dr. Wahyudin Maguni SE. Msi. Pembimbing II: Dr Husain Insawan M.Ag .

Jenis penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam digunakan dalam strategi pemasaran UD Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya untuk meningkatkan penjualan, bagaimana mulut ke mulut mempengaruhi penjualan beras UD Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya, dan bagaimana etika bisnis Islam digunakan untuk meningkatkan penjualan. Di desa Ombu-Ombu Jaya, Kecamatan Laeya, Kabupaten Konawe Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara, pemilik penggilingan UD Fandi adalah bapak Fandi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, data dianalisis dengan mengurangi data, menyajikan, dan menarik kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan teknik Triangulasi sumber Triangulasi dan Triangulasi waktu. Hasil penelitian ditampilkan sebagai 1). Penggilingan UD Fandi menggunakan strategi pemasaran 7P, yang dibagi menjadi dua: strategi pemasaran produk dengan 4P (produk, harga, lokasi, promosi), dan strategi pelayanan jasa dengan 3P (orang, proses, dan bukti fisik). 2) Ucapan langsung sangat efektif dalam pemasaran penjualan beras dengan menggunakan 7P (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik). 3) Karena UD Fandi pada prinsipnya tidak ingin mengecewakan pelanggan atau pembeli

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam ,Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

CATUR WULANDARI NIM: 2021040204002. Application Of Islamic Business Ethics On Marketing Strategy Studies At Fandi Trading Business Ombu-Ombu Jaya Village 1: Dr. Wahyudin Maguni SE. Msi. Supervisor II: Dr. Husain insawan M.Ag.

This type of qualitative research is used to conduct this research. The purpose of this study was to find out how Islamic business ethics are used in the marketing strategy of UD Fandi Ombu-Ombu Jaya Village to increase sales, how word of mouth influences rice sales at UD Fandi Ombu-Ombu Jaya Village, and how Islamic business ethics are used to increase sales. In the village of Ombu-Ombu Jaya, Laeya District, South Konawe Regency, Southeast Sulawesi Province, the owner of the UD Fandi mill is Mr. Fandi. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. Then, the data is analyzed by reducing data, presenting, and drawing conclusions. Checking the validity of the data was carried out using source triangulation and time triangulation techniques. The research results are shown as 1). UD Fandi Mill uses a 7P marketing strategy, which is divided into two: a product marketing strategy with 4P (product, price, location, promotion), and a service strategy with 3P (people, process and physical evidence). 2) Direct speech is very effective in marketing rice sales by using 7P (product, price, location, promotion, people, process, and physical evidence). 3) Because UD Fandi basically doesn't want to disappoint customers or buyers

Keywords: Islamic Business Ethics, Marketing Strategy

تطبيق أخلاقيات العمل في دراسة استراتيجية التسويق في شركة فندي التجارية، قرية أمبومبوجايا.

المشرف ١: الدكتور وحي الدين ماغوني البكالوريوس في الحقوق، والمجستير.

المشرف ٢: الدكتور حسين إنساوان الماجستير

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن تطبيق الاستراتيجيات في زيادة المبيعات من حيث أخلاقيات العمل الإسلامي في شركة فندي التجارية، قرية أمبومبوجايا، مع معرفة دور الكلام الشفهي في بيع الأرز في شركة فندي التجارية، قرية أمبومبوجايا، اتصف هذا البحث دراسة شبه وصفية أو البحث النوعي، وموضوع هذا البحث هو صاحب مطحنة العود لشركة فندي التجارية، قرية أمبومبوجايا، ناحية لاثيا، بلدية كوناوي الجنوبية، محافظة سولاويسي الجنوب الشرقي. واستخدمت الباحثة أسلوب جمع البيانات فهو الملاحظة المباشرة والمقابلة الشخصية والوثائق.

وبعد أن قامت الباحثة بتحليل البيانات يعني تقليص البيانات وعرضها واستخلاص النتائج، وتتم تقنية التحقق من صحة البيانات باستخدام طريقة تثليث المصدر وتقنيات تثليث الوقت.

تطبيق استراتيجية التسويق التي ينفذها مصنع شركة فندي التجارية بـ ٧ مفاهيم. حيث ينقسم هذا المفهوم إلى قسمين هما استراتيجية تسويق المنتج من خلال ٤ مفاهيم (المنتج، السعر، المكان، الترويج) واستراتيجية تقديم الخدمة من خلال ٣ مفاهيم (الأشخاص والعملية والأدلة المادية). (٢) للكلام الشفهي دور جيد إلى حد ما في التسويق في بيع الأرز باستخدام ٧ مفاهيم (المنتج، السعر، المكان، الترويج، الأشخاص، العملية والأدلة المادية. ٣). تطبيق استراتيجيات التسويق في شركة فندي التجارية من حيث أخلاقيات العمل الإسلامية، توفر المنتجات في شركة فندي التجارية الصدق في المنتجات، ولا تخلط بين المنتجات ذات الجودة العالية وغير الجيدة. لأن شركة فندي التجارية من حيث المبدأ لا تريد أن تخيب آمال المشتريين أو المستهلكين.

الحاكمة: أخلاقيات العمل الإسلامية، استراتيجية التسويق

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN MUNAQASYAH TESIS.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSILITERASI	xii
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Definisi Operasional	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Teori Etika Bisnis Islam	18
2.2.1 Teori <i>Word Of Mouth</i> (Mulut Ke Mulut)	29
2.2.2 Teori Strategi Pemasaran.....	35
2.2.3. Kerangka Berfikir	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Jenis Penelitian	72
3.2 Pendekatan penelitian	72
3.3 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	72
3.4 Data Dan Sumber Data	72
3.5 Subjek dan Objek Penelitian.....	74
3.6 Tehnik Pengumpulan Data	74

3.7	Teknik Analisa Data	75
3.8	Pemeriksaan Keabsahan Data.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		78
4.1	Gambaran Umum	78
4.1.1	Sejarah Berdirinya UD. Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya.....	78
4.1.2	Visi Dan Misi UD Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya	78
4.1.3	Struktur Organisasi	79
4.1.4	Jumlah Tenaga Kerja Dan Jam Kerja	80
4.2	Hasil Penelitian.....	81
4.2.1	Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam di UD Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya	81
4.2.2	Peran <i>Word Of Mouth</i> Dalam Penjualan Beras Ud Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya	87
4.2.3	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Di UD Fandi Desa Ombu-Ombu Jaya.....	90
4.3	Pembahasan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1.	KESIMPULAN	102
5.2	SARAN.....	94
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN		

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

Nomor : 158 Tahun 1987

Nomor : 0543b/U/ 1987

A. Transliterasi Arab ke Indonesia

1. Konsonan

Konsonan			Nama	Transliterasi		Nama
Akhir	Tengah	Awal	Tunggal			
ا		ا	Alif	Tidak dilambangkan		Tidak dilambangkan
ب	ب	ب	ب	Ba	B/b	Be
ت	ت	ت	ت	Ta	T/t	Te
ث	ث	ث	ث	Ša	Š/s	Es (dengan titik di atas)
ج	ج	ج	ج	Jim	J/j	Je
ح	ح	ح	ح	Ha	H/h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	خ	خ	خ	Kha	Kh/kh	Kadan ha
د		د	Dal	D/d		De
ذ		ذ	Žal	Ž/ž		Zet (dengan titik di atas)
ر		ر	Ra	R/r		Er
ز		ز	Zai	Z/z		Zet
س	س	س	س	Sin	S/s	Es
ش	ش	ش	ش	Syin	Sy/sy	Esdan ye

ص	ص	ص	ص	Şad	Ş/s	Es (dengan titik di bawah)
ض	ض	ض	ض	Ḍad	Ḍ/d	De (dengan titik di bawah)
ط	ط	ط	ط	Ṭa	Ṭ/t	Te (dengantitik di bawah)
ظ	ظ	ظ	ظ	Za	Z/z	Zet (dengantitik di bawah)
ع	ع	ع	ع	‘Ain	‘	Apostrofterbalik
غ	غ	غ	غ	Gain	G/g	Ge
ف	ف	ف	ف	Fa	F/f	Ef
ق	ق	ق	ق	Qof	Q/q	Qi
ك	ك	ك	ك	Kaf	K/k	Ka
ل	ل	ل	ل	Lam	L/l	El
م	م	م	م	Mim	M/m	Em
ن	ن	ن	ن	Nun	N/n	En
و		و	و	Wau	W/w	We
ه	ه	ه	ه	Ha	H/h	Ha
ء			Hamzah	‘		Apostrof
ي	ي	ي	ي	Ya	Y/y	Ye

Hamzah(ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa di beritand aapapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka di tulis dengan tanda apostrof(‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdapat vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau difong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda di atas huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Vokal	Nama	Trans.	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A/a	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I/i	I
اُ	<i>Dammah</i>	U/u	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

VokalRangkap	Nama	Trans.	Nama
اِي	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai/ai	A dan I
اُو	<i>fathah dan wau</i>	Au/au	A danU

Contoh :

كَيْفَ	<i>Kaifa</i>
حَوْلَ	<i>Haula</i>

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Vokal Panjang	Nama	Trans.	Nama
اَ	<i>Fathah dan alif</i>	ā	a dan garis di atas
اِ	<i>Fathah dan <u>alif maqṣūrah</u></i>		
يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	I dan garis di atas
وُ	<i>Ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ	<i>Māta</i>
رَمَى	<i>Ramā</i>
قِيلَ	<i>Qīla</i>
يَمُوتُ	<i>Yamūtu</i>

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk ta marbūṭah (ة atau ـة) adadua, yaitu: ta marbūṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah *t* sedangkan ta marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*. Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūṭah itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	<i>Al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	<i>Al-ḥikmah</i>

5. Syaddah

Huruf konsonan yang memiliki tandas *syaddah* atau *tasydid*, yang dalam abjad Arab dilambangkan dengan sebuah tandas *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda).

Contoh:

رَبَّنَا	<i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	<i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	<i>Al-Ḥaqq</i>
الْحَجُّ	<i>Al-Ḥajj</i>
نُعِمُّ	<i>Nu‘ima</i>
عَدُوُّ	<i>‘Aduww</i>

Jika huruf *ي* bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah

(*يِ*), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah *ī*.

Contoh:

عَلِيّ	'Alī
عَرَبِيّ	'Arabī

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam abjad Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh hurufsyamsiahmaupun hurufqamariah. Kata sandangtidakmengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	<i>Al-Syamsu</i> (bukanasy-syamsu)
الزَّلْزَلَةُ	<i>Al-Zalزالah</i> (bukanaz-zalزالah)
الْفَلْسَفَةُ	<i>Al-Falsafah</i>
الْبِلَادُ	<i>Al-Bilād</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	<i>Ta'murūna</i>
النَّوْءُ	<i>An-Nau'</i>
شَيْءٌ	<i>Syai'un</i>
أُمِرْتُ	<i>Umirtu</i>

8. Lafz al-Jalālah

Lafz al-jalālah (lafal kemuliaan) “Allah” (الله) yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasikan dengan huruf hamzah (hamzah wasal).

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	<i>Dīnullāh</i>	بِاللَّهِ	<i>Billāh</i>
---------------	-----------------	-----------	---------------

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasikan dengan huruf *ft*.

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ	<i>Hum fī rahmatillāh</i>
---------------------------	---------------------------

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan :

SWT. : *Subhanahu Wata'ala.*

SAW. : *Sallallahu 'Alaihi Wa Sallam.*

A.S. : *'Alaihi al-Salam.*

H : *Hijrah.*

M : *Masehi.*

SM : *Sebelum Masehi.*

L : *Lahir Tahun (Untuk orang yang masih hidup saja).*

W : *WafatTahun.*

Q.S./.....: 4 : *Qur'an, Surah.....ayat 4.*

