

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KULINER AJENG
MART DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Desa Puosu Jaya Kec. Konda, Kab. Konawe
Selatan)**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Pada
Program Studi Ekonomi Syariah

OLEH :

INDAH SAPUTRI
19050101039

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
2022**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga - Kota Kendari
Telp/Fax (0401) 3193710

E-mail: iainkendari@yahoo.co.id website: <http://iainkendari.ac.id>

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Strategi pemasaran produk kuliner Ajeng Mart Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Kasus Desa Puosu Jaya, Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan)”** Atas nama Indah Saputri Nim. 19050101039, mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam (EI) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing dengan perbaikan dan selanjutnya dapat melaksanakan ujian Skripsi. Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Kendari, 01 Juni 2023

Dosen Pembimbing I

DR. Husain Insawan M.Ag
NIP.197308171998031002

Dosen Pembimbing II

Sumiyadi SE,ME
NIP.20160101031



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "**Strategi Pemasaran Produk Kuliner Ajeng Mart Di Tinjau Dari Perspektif ekonomi Islam**" yang ditulis oleh **INDAH SAPUTRI NIM. 19050101039** Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam** IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Jumat** tanggal **23 Juni 2023** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk **memperoleh gelar (SE)**.

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Husain Insawan M.Ag (.....)
Sekretaris	:	Sumiyadi SE, ME (.....)
Anggota1	:	Abdul Wahid Mongkito S. Si., M.El (.....)
Anggota2	:	Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag (.....)

Kendari, 11 Juli 2023
Dekan

Dr. H. Rusdin Muhalling M.El
NIP. 196310292000031001

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Kuliner Ajeng Mart Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Puosu Jaya Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan)*” di bawah bimbingan Dr. Husain Insawan M.Ag dan Bapak Sumiyadi SE,ME telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat dan atau dibuatkan oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 01 Juni 2023

Penulis Skripsi



Indah Saputri

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Saputri
Nim : 19050101039
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non=exclusif Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

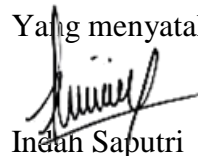
“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KULINER AJENG MARTDI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Desa Puosu Jaya Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kendari,
Pada tanggal : 17 Juli 2023

Yang menyatakan



Indah Saputri

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat dan karunia-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Kuliner Ajeng Mart Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Puosu Jaya, Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan)”. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. yang telah mengantarkan umat manusia dari peradaban jahiliyah menuju peradaban yang mulia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, di Institut Agama Islam Negeri Kendari.

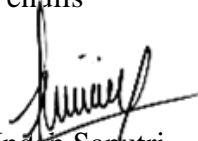
Dengan segala ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor IAIN Kendari DR. Husain Insawan M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Kendari Bapak Abdul Wahid Mongkito S.Si., M.EI.
4. DR. Husain Insawan M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Sumiyadi SE,ME selaku pembimbing II saya, yang selalu bersedia memberikan bimbingan serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan hasil skripsi ini.
5. Bapak Abdul Wahid Mungkito S. Si.,M.Ei selaku Penguji 1 dan Ibu Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag selaku Penguji 2 saya yang telah bersedia memberikan masukan serta saran untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada seluruh Dosen-dosen dan Staf Akademisi Prodi Ekonomi Syariah yang membagikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta inspirasi selama penulis menempuh pendidikan perguruan tinggi di IAIN Kendari.

7. Kepada seluruh pengelola Perpustakaan IAIN Kendari, yang telah membantu penulis dalam penyediaan referensi yang dibutuhkan.
8. Terima kasih kepada kedua Orang tua yang tak pernah lupa memberikan doa serta dukungan untuk saya, kakak dan adik saya yang selalu menjadi garda terdepan dalam mendukung saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Teman Teman seperjuangan saya Ekonomi Syariah angkatan 2019, Terkhusus teman teman kelas saya ekonomi syariah B angkatan 2019, Teman Teman GenBI, Senior senior, terima kasih banyak telah ada dalam banyak waktu dan kesempatannya, selalu memberikan dukungan kepada saya.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini saya mengucapkan banyak banyak terimakasih.
Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan, kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat memperbaiki kesalahan dalam hasil penelitian ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya, serta bermanfaat bagi penulis khususnya.

Kendari, 01 Juni 2023

Penulis



Indah Saputri

NIM. 19050101039

ABSTRAK

Indah Saputri (2023). Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam (IAIN) Kendari, Strategi Pemasaran Produk Kuliner Usaha Ajeng Mart Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Poosu Jaya Kec. Konda, Kab. Konawe Selatan). Dibimbing oleh pembimbing I DR. Husain Insawan M.Ag dan pembimbing II Sumiyadi SE,ME.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang di lakukan oleh usaha kuliner ajeng mart di tengah banyaknya komentar miring terkait harga yang di tawarkan dari setiap produk yang di jual di wisata pemancingan dan kuliner Ajeng Mart. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mencari tahu strategi pemasaran apa yang di gunakan oleh wisata pemancingan dan kuliner ajeng mart ini untuk menarik perhatian para konsumennya di tengah isu yang beredar tersebut. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teknik penelitian lapangan (*field research*), dengan mengangkat data-data yang ada dilapangan mengenai hal-hal yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah Owner Wisata Pemancingan dan Kuliner Ajeng Mart, dan konsumen, tentang bagaimana strategi pemasaran yang di lakukan Wisata Pemancingan dan Kuliner Ajeng Mart. Instrumen penelitian ini menggunakan tiga indicator yaitu pedoman wawancara, pedoman observasi dan pedoman dokumentasi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa wisata pemancingan dan kuliner Ajeng Mart melakukan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran Marketing Mix 7P untuk menarik minat beli konsumen. Wisata Pemancingan dan Kuliner Ajeng Mart juga menggunakan strategi pemasaran syariah dengan mencontoh pemasaran yang dilakukan pada masa nabi Muhammad saw.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Marketing Mix 7P , Perspektif Ekonomi Islam.*

ABSTRACT

Indah Saputri (2023). Islamic Economics Study Program Kendari Islamic Institute (IAIN), Culinary Product Marketing Strategy for Ajeng Mart Business Reviewed from an Islamic Economic Perspective (Case Study of Poosu Jaya Village, Konda District, South Konawe Regency). Supervised by supervisor I DR. Husain Insawan M.Ag and supervisor II Sumiyadi SE, ME.

This study aims to find out what marketing strategies are carried out by the Ajeng Mart fishing and culinary tours business in the middle. This is what makes researchers interested in finding out what marketing strategies are used by fishing tours and Ajeng Mart culinary to attract the attention of consumers. This study aims to find out how the Marketing Strategy is carried out by fishing tours and Ajeng Mart culinary in marketing products. This study uses a type of research with a qualitative approach, using field research techniques, by raising existing data in the field regarding the matters to be studied. The objects in this study are the Owners of Ajeng Mart Fishing and Culinary Tourism, and consumers, regarding how the marketing strategy is carried out by Ajeng Mart Fishing and Culinary Tourism. The research instrument uses three indicators, namely interview guidelines, observation guidelines and documentation guidelines. The results of this study prove that Ajeng Mart's fishing and culinary tours carry out a marketing strategy using the Marketing Mix 7P marketing mix to attract consumer buying interest. Fishing and Culinary Tourism Ajeng Mart also uses a sharia marketing strategy by following the example of marketing carried out during the time of the Prophet Muhammad.

Keywords: *Marketing Strategy, 7P Marketing Mix, Islamic Economic Perspective.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Definisi Operasional	8
1.7. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Strategi Pemasaran	16
2.2.2. Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam	25
2.3. Kerangka Pikir.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
3.3. Sumber Data	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	36
3.5. Teknik Analisis Data	38
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.2. Sejarah Usaha Ajeng Mart	43
4.1.3. Visi dan Misi Ajeng Mart	45
4.1.4. Struktur Organisasi Kuliner Ajeng Mart	46
4.1.5. Produk Wisata Kuliner Ajeng Mart	48
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Strategi Pemasaran Yang Di Lakukan Ajeng Mart	49
4.2.2 Proses Pemasaran Ajeng Mart Dalam Persfektif Islam	63
4.2.3. Kendala yang di hadapi kuliner Ajeng Mart Saat Memasarkan Produk	87
BAB V PENUTUP.....	91
5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	101
Lampiran 1 : Daftar Informan Peneliti	
Lampiran 2 : Daftar Hasil Wawancara	
Lampiran 3 : Daftar Dokumentasi	
Lampiran 4 : Persuratan Izin penelitian dari Balitbank	
BIOGRAFI PENULIS	