

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN USAHA  
(STUDI KASUS PEDAGANG BAKSO DI KECAMATAN  
BARUGA KOTA KENDARI)**



**SKRIPSI**

Studi Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Ekonomi Syariah

**Oleh**

**SARNI**  
**2020050101091**

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

**KENDARI**

**2023**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN USAHA  
(STUDI KASUS PEDAGANG BAKSO DI KECAMATAN  
BARUGA KOTA KENDARI)**



**SKRIPSI**

**Oleh**

**SARNI**  
**2020050101091**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
KENDARI**

**2023**



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

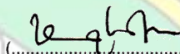
Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara  
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710  
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**


Skripsi dengan Judul "**Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi kasus pedagang Bakso di Kecamatan Baruga, Kota Kendari)**" yang ditulis oleh **SARNI NIM. 2020050101091** Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam** IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Ujian Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Rabu** tanggal **22 November 2023** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk **memperoleh gelar (SE)**.

**Dewan Penguji Skripsi**

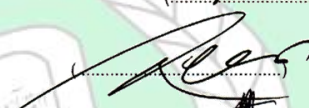
Ketua : **Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag**

()

Sekretaris : **Dra. Beti Mulu M. Pd.I**

()

Anggota1 : **Agus Prio Utomo SE, M.Si**

()

Anggota2 : **Adzil Arsyi Sabana SE, ME**

()

Kendari, 19 Maret 2024  
Dekan

()  
**Dr. Muhammad Hadi, M.H.I.**  
NIP. 197508152009011011



Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

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



**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](mailto:iainkendari@yahoo.co.id)  
Website: <http://iainkendari.ac.id>**

### HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari)” Atas nama **SARNI, NIM 2020050101091**, mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah (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, 15 November 2023

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

**Dr. Umami Kalsum M, Ag**  
NIP.197401092005012001

**Dra. Beti Mulu M. Pd.I**  
NIP.196312311992032010

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari)” di bawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Ummi Kalsum M. Ag dan Ibu Dra. Beti Mulu M. Pd.I 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 disuatu 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, 15 November 2023 M.

1 Jumadil Awal 1445 H.

Penulis Skripsi,



SARNI

NIM. 2020050101091





**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institusi Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SARNI

NIM : 2020050101091

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Kendari Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non = excelusif Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institusi Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkatan data (*datbase*), 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 : 1 Jumadil Awal 2023 M.

28 Rabiul Akhir 1445 H.

Yang menyatakan



SARNI

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ  
 عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَالصَّحْبَةِ أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

*'Assalamualaikum warahmatullahi wabarokatuh'*

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya. Hanya dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad saw, serta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Alhamdulillah dengan izin Allah SWT dan usaha yang sungguh-sungguh serta berkat bantuan dan dorongan dari semua pihak, baik secara moral maupun materil yang penulis rasakan sangat besar pengaruhnya bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari).**

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada orang tua penulis Bapak La Saharu dan Ibu Wa Ode Suria yang senantiasa memberikan semangat, harapan, perhatian, kasih sayang dan doa yang tulus tanpa pamrih dari Bapak dan Ibu. Dan saudara-saudara tercinta yang senantiasa mendukung yang tak hentinya memberikan semangat kepada penulis hingga akhir studi ini. Serta seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut

ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan akhirat.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) Pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Penulis sangat menyadari bahwa karya yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, kelemahan dan masih jauh dari kata sempurna.

Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dngan hormat kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri Kendari Prof. Dr. Husain Insawan, M. Ag., Selaku yang memberikan arahan dan pembinaan guna keberhasilan studi penulis.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari Dr. Muhammad Hadi M. HI. Yang telah memberikan dukungan.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari. Adzil Arsyi Sabana SE, ME., yang senantiasa memberikan motivasi, nasehat dan saran kepada penulis.
4. Kepada Ibu Dr. Hj. Ummi Kalsum M. Ag dan Ibu Dra. Beti Mulu M. Pd.I, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang sabar dan tak pernah lelah dalam memberikan bimbingan serta dukungan dalam menyusun skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen dan tenaga pendidik fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang ramah dan cekatak dalam



melayani setiap keluhan mahasiswa terkhusus penulis sendiri dalam menyelesaikan studi.

6. Kepada segenap staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang telah melayani setiap keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada perpustakaan IAIN Kendari yang telah menyediakan berbagai fasilitas studi.
8. Kepada orang tua, saudara dan keluarga saya tercinta yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta kasih sayang yang tulus dan selalu menjaga saya dalam doa-doa ibu dan bapak dan selalu memberikan motivasi untuk mengejar impian saya apapun itu.
9. Kepada Bapak Dan Ibu pedagang bakso yang ada di Kecamatan Baruga yang telah memberikan Izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi responden.
10. Kepada teman terdekat saya (Nur Rezky, Risna dan Dijah) yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Rekan-rekan mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang sudah membantu dalam aktivitas penulis.
12. Terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua kerabat yang tidak bisa saya tulis namanya satu per satu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi dan dukungannya sehingga penulis dapat merampung penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bantuan dari semua pihak, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Kendari, 15 November 2023

Penulis,



**SARNI**  
**2020050101091**



## ABSTRAK

**SARNI, Nim: 2020050101091. *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari). Melalui Pembimbing 1 Ibu Dr. Hj. Ummi Kalsum M. Ag, dan Pembimbing II Ibu Dra. Beti Mulu M. Pd.I.***

---

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh pedagang bakso untuk menghadapi persaingan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini mengajukan dua pertanyaan utama: 1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang bakso di Kecamatan Baruga, Kota Kendari dan 2. Bagaimana bentuk persaingan usaha pedagang bakso di Kecamatan Baruga, Kota Kendari. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data yang terutama berupa kata-kata, gambar, wawancara, catatan lapangan, dan dokumen pribadi. Data penelitian mengungkapkan bahwa strategi pemasaran dan persaingan usaha yang diterapkan oleh pedagang bakso melibatkan bauran pemasaran, termasuk produk, harga, lokasi, promosi dan pelayanan. Strategi bauran pemasaran terdapat 5 prinsip yang biasa digunakan yakni product, price, place promotion dan pelayanan. Strategi pemasaran mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu organisasi bisnis termasuk dalam pemasaran bakso yang ada di Kecamatan Baruga Kota Kendari. Penelitian ini melibatkan narasumber seperti pemilik warung bakso dan konsumen di Kecamatan Baruga. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya memilih lokasi yang strategis dalam bauran pemasaran, sambil mempertimbangkan kebutuhan pelanggan, kenyamanan konsumen, dan keberlanjutan lingkungan. Untuk menghadapi persaingan, penting bagi pedagang bakso untuk menetapkan harga yang kompetitif, menghindari praktik harga yang merugikan semua pihak, dan memastikan kualitas produk yang dijaga.

**Kata kunci: Strategi pemasaran dan persaingan usaha.**

## ABSTRACT

**SARNI, SID: 2020050101091. Marketing strategy in Business Competition (Case Study of Meatball Tradres in Baruga District. Kendari City). Faculty of Islamic Economics and Business. State Islamic Institute (IAIN) Kendari. Through Supervisor I Mrs. Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag. And Supervisor II Mrs. Dra. Beti Mulu M.Pd. I.**

---

---

This research aims to analyze marketing strategies that can be used by meatball traders to face competition. Based on these problems, this research asks two main questions: 1. What marketing strategies are implemented by meatball traders in Baruga District, Kendari City and 2. What is the form of business competition for meatball traders in Baruga District, Kendari City. This research is descriptive qualitative in nature with data collection mainly in the form of words, images, interviews, field notes and personal documents. Research data reveals that the marketing and business competition strategies implemented by meatball traders involve a marketing mix, including product, price, location, promotion and service. In the marketing mix strategy there are 5 principles that are commonly used, namely product, price, place promotion and service. As previously explained, marketing strategy covers all activities within a business organization, including the marketing of meatballs in Baruga District, Kendari City. This research involved sources such as meatball shop owners and consumers in Baruga District. The conclusions of this research emphasize the importance of choosing a strategic location in the marketing mix, while considering customer needs, consumer convenience, and environmental sustainability. To face competition, it is important for meatball traders to set competitive prices, avoid price practices that harm all parties, and ensure product quality is maintained.

***Keywords: Marketing strategy and business competition.***

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA</b>	
<b>ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat penelitian .....	7
1.6. Definisi Operasional .....	8
1.7. Definisi Operasional .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
2.2. Landasan Teori.....	18
2.2.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	18



2.2.1.1. Pengertian Strategi .....	18
2.2.1.2. Pengertian Pemasaran .....	19
2.2.1.3. Strategi Pemasaran .....	21
2.2.1.4. Bauran Pemasaran .....	22
2.2.2. Definisi Persaingan .....	29
2.2.3. Persaingan Usaha .....	31
2.2.3.1. Pengertian Persaingan Usaha .....	31
2.2.3.2. Strategi Menghadapi Persaingan .....	33
2.2.3.3. Faktor-Faktor Pendorong Persaingan .....	34
2.2.3.4. Posisi-Posisi Dalam Persaingan .....	35
2.2.3.5. Indikatot Persaingan Usaha .....	37
2.3. Kerangka Pikir .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	40
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	40
3.3. Data dan Sumber Data .....	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5. Teknik Analisis Data .....	43
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	46
4.1.1. Gambaran Umum Kec. Baruga Kota Kendari .....	46
4.1.2. Letak Geografis dan Batas Wilayah Kec. Baruga Kota Kendari .....	47

4.2. Data Penelitian .....	48
4.2.1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang Diterapkan Pedagang Bakso di Kec. Baruga Kota Kendari.....	48
4.2.1.1. Bauran Pemasaran .....	50
4.2.2. Bagaimana Bentuk Persaingan Usaha Pedagang Bakso di Kec. Baruga Kota Kendari Menurut Persaingan Bisnis Islam.....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
5.1. Kesimpulan .....	70
5.2. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN WAWANCARA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN DOKUMENTASI.....</b>	<b>112</b>



## DAFTAR TABEL

4.1. Letak Astronomis Kecamatan Baruga Menurut Kelurahan 2020.....	48
4.2. Tabulasi Hasil Wawancara Pedagang Bakso di Kecamatan Baruga Kota Kendari .....	48
4.3. Tabulasi Konsumen Pembeli Bakso di Kecamatan Baruga KotaKendari .....	50



## DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Konseptual Persaingan Usaha .....	37
2.2. Kerangka Pikir.....	39

