

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA *HOME  
INDUSTRY* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS  
ISLAM (Studi Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila  
Cake di Kabupaten Ketapang)**

**SKRIPSI**

**untuk memenuhi persyaratan  
memperoleh gelar sarjana**



**JUMIARTI**

**B1062201009**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK**

**2024**

## LEMBAR YURIDIS

### Strategi Pemasaran Pada Usaha *Home Industry* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila Cake di Kabupaten Ketapang)

Penanggung Jawab Yuridis

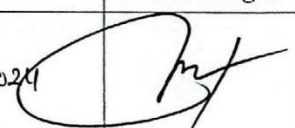




Jumiarti

B1062201009

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 11 Desember 2024

### Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing TA	Dr. H. Bustami, S.E., M.Si.	27/12/2024	
		NIP 196206121989031004		
2	Ketua Penguji	Sisi Amalia, S.E., M.A.	24/12/2024	
		NIP 198602072023212048		
3	Anggota Penguji	Aya Sofia Ardelia, S.E.I., M.E.	23/12/2024	
		NIP 199411302022032018		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus  
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)



Pontianak,  
Koordinator Program Studi Ekonomi Islam

  
Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A.  
NIP 196308151987031005

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jumiarti  
NIM : B1062201009  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pada Usaha *Home Industry*  
Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi  
Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila Cake  
di Kabupaten Ketapang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan Pedoman Penulisan Karya Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Tahun 2019 (lembar hasil plagiat terlampir). Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan gelar kesarjanaan di Universitas Tanjungpura.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 05 November 2024

Jumiarti

B1062201009

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa:

Nama : Jumiarti  
NIM : B1062201009  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pada Usaha *Home Industry*  
Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila Cake di Kabupaten Ketapang)

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji. \*\*

Pembinbing Tugas Akhir	Nama	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Dosen Pembimbing Akademik	Dr. H. Bustami, S.E., M.Si	05/11/2024	

\*\* Mahasiswa wajib menunjukkan ke kepada dosen LEMBAR PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT dengan lampiran hasil cetak pemeriksaan plagiat dari [www.plagiarisme.net](http://www.plagiarisme.net) Dosen yang bersangkutan memberi paraf pada halaman pertama setiap bab hasil pemeriksaan sebagai bukti telah diperiksa dan memenuhi persyaratan untuk ujian skripsi (tingkat keunikan paling sedikit 70% untuk setiap bab).

## LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jumiarti  
NIM : B1062201009  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pada Usaha *Home Industry*  
Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi  
Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila Cake  
di Kabupaten Ketapang)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 05 November 2024

Jumiarti

NIM. B1062201009

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah nya sehingga memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Pada Usaha *Home Industry* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Usaha *Home Industry* Shaqila Cake di Kabupaten Ketapang**”. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak mengalami kendala, namun berkah Allah SWT, motivasi, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala-kendala tersebut dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Terima kasih penulis ucapkan kepada orang tua saya Bapak Asri dan (Almh) Ibu Sulastri yang selalu mendoakan tiada henti serta kasih sayang sekaligus pengorbanan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi ini. Cinta, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas doa, motivasi, dan dorongan moral yang terus-menerus diberikan. Serta kesabaran dan pengertian bapak dan ibu dalam menghadapi setiap tantangan yang saya hadapi selama perjalanan perkuliahan ini. Penulis sangat bersyukur memiliki orang tua yang selalu mendukung dan memperjuangkan impian penulis. Semua dedikasi dan pengorbanan mereka menjadi pendorong utama kesuksesan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis tidak akan pernah bisa membalas segala kebaikan dan pengorbanan mereka, namun penulis berharap hasil penelitian ini menjadi bukti kebanggaan bagi mereka. Terima kasih atas segalanya, Bapak dan Ibu.
2. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko S.H, M.Si. Selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak.

3. Ibu Dr. Barkah, S.E, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Ibu Nurul Bariyah, S.E, M.Si., Ph.D Selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Dr. H. Memet Agustiar, S.E., M.A. Selaku Ketua prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak Dr. H. Bustami, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Ibu Sisi Amalia, S.E., M.A. Selaku Dosen penguji Skripsi I penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
8. Ibu Aya Sofia Ardelia, S.E.I., M.E. Selaku Dosen penguji II penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
9. Seluruh Dosen Pengajar Ekonomi Islam atas segala Pendidikan, pengajaran, wawasan, dan ilmu-ilmu yang telah diberikan, penulis mengucapkan jazakumullah khairon semoga Allah membalas kebaikan bapak dan ibu semua.
10. Terima kasih kepada seluruh staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
11. Terima kasih penulis ucapkan kepada Pemilik Usaha Home Industry Shaqila Cake Ibu Nadia, yang telah memberikan saya izin meneliti Toko Shaqila Cake sebagai objek penelitian sekaligus menjadi narasumber dalam penelitian penulis.
12. Terima kasih penulis ucapkan kepada saudara-saudara kandung penulis Astriani, Surdita dan Dede yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada Adik saya yang telah membantu dalam pengambilan data pada saat penelitian.

14. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman seperjuangan Ekonomi Islam yang telah memberi semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Dan Terima kasih kepada teman saya Jumi saputri, Tini astuti dari kota asal yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memperlancar jalannya penelitian dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhirnya atas jasa dan bantuan semua pihak, baik moril dan juga materil penulis ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan doa kepada Allah SWT semoga selalu berada di dalam lindungan-Nya dan dibalas segala kebaikannya berlipat-lipat ganda serta menjadi amal jariyah. Semoga skripsi ini menjadi skripsi yang berguna dan bermanfaat bagi masyarakat serta menjadi berkah bagi penulis dan semua pihak yang terlibat. Amin.

Pontianak, 05 November 2024

Jumiarti

B1062201009

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA *HOME INDUSTRY* DALAM  
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pada Usaha *Home Industry*  
Shaqila Cake di Kabupaten Ketapang)**

**Jumiarti**

**Ekonomi Islam**

**ABSTRAK**

Dalam dunia bisnis, tentu saja kita tidak akan terlepas dari sebuah proses pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Saat ini dunia bisnis sedang mengalami perkembangan yang pesat dan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada usaha *home industry* Shaqila Cake. (2) Mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada usaha *home industry* Shaqila Cake dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran yang dapat dilakukan usaha Shaqila Cake adalah dengan menerapkan strategi SO (*Strenghts-Opportunities*) yang berarti strategi agresif, yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk mengejar peluang yang ada sebanyak mungkin. Strategi yang dapat dilakukan dengan berupa: Mempertahankan cita rasa produk, memperluas pangsa pasar dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan pada usaha Shaqila Cake sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam, yang menekankan pada prinsip kejujuran, keadilan, serta tanggung jawab dan bermanfaat bagi semua pihak.

Kata Kunci: Strategi, *Home Industry*, Etika Bisnis Islam, Analisis SWOT

## RINGKASAN

### 1. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, tentu saja kita tidak akan terlepas dari sebuah proses pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Saat ini dunia bisnis sedang mengalami perkembangan yang pesat dan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Pemasaran dikatakan etis jika memenuhi unsur-unsur utama yaitu meliputi kebaikan dan kesopanan. Perusahaan perlu menggunakan bahasa yang baik dan ramah dalam melakukan promosi dan juga harus sesuai dengan akad muamalah dalam Islam (Ramadhany et al., 2023). Dengan perkembangan teknologi dan internet yang sangat canggih saat ini, *home industry* memiliki potensi yang lebih besar untuk tumbuh dan menjangkau pasar global yang lebih luas, memberikan peluang yang lebih besar bagi pengusaha rumahan untuk mengembangkan bisnis mereka.

Dalam Islam, ada kriteria yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan Etika Bisnis dalam Islam (Purnama, 2019). Dengan kata lain, kita harus mematuhi akad-akad dan prinsip muamalah. Artinya, setiap proses yang dilakukan dalam suatu bisnis tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip Muamalah Islam. Dalam ajaran Nabi Muhammad SAW kita diajarkan cara berbisnis yang dapat menghasilkan keuntungan optimal dengan tetap berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan dapat dipercaya (Iverson & Dervan, n.d.). Nilai-nilai tersebut menjadi landasan yang memungkinkan tetap berada dalam keadilan dan membimbing ke arah yang benar. Dasar dari peraturan ini yaitu, Syariah hukum yang mengatur jalannya bisnis. Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama Islam dan ajaran-ajaran Al-Quran serta Hadits.

Berdasarkan data yang didapat, diketahui pendapatan usaha *home industry* Shaqila Cake pada periode bulan Juni hingga Desember 2023 banyak mengalami naik turun. Menurut Ibu Nadia, sebagai pemilik usaha, persaingan antar pengusaha yang semakin ketat dan kondisi ekonomi yang tidak stabil sangat berdampak terhadap tingkat penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk menjaga kestabilan usahanya. Pada awal penelitian diperoleh informasi mengenai strategi yang digunakan oleh usaha *home industry* Shaqila Cake. Adapun strategi yang digunakan Shaqila Cake adalah dengan memberikan potongan harga jika konsumen

membeli dengan jumlah yang banyak dan selalu memberikan diskon dibeberapa item cake.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada usaha *home industry* Shaqila Cake
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada usaha *home industry* Shaqila Cake dalam perspektif etika bisnis Islam

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan langsung terjun ke lapangan untuk melakukan pendekatan deskriptif. Dimana metode penelitian di peroleh dari cara observasi, wawancara dan kuisisioner. Kemudian data dari setiap informasi yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT.

## 3. Hasil Penelitian

Dari hasil perhitungan IFAS dan EFAS diketahui bahwa untuk faktor IFAS memiliki nilai sebesar 3,03 dan untuk faktor EFAS memiliki nilai sebesar 2,98. Nilai skor setiap faktor dapat dirinci sebagai berikut: *Strengths* 2,16, *Weakness* 0,87, *Opportunities* 2,23, dan *Threats* 0,75. Maka didapat selisih sebesar 1,29 antara *Strengths* dan *Weakness*, sedangkan untuk *Opportunities* dan *Threats* terdapat selisih sebesar 1,48. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pemasaran yang dapat dilakukan usaha Shaqila Cake adalah dengan menerapkan strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang berarti strategi agresif, yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk mengejar peluang yang ada sebanyak mungkin. Strategi yang dapat dilakukan dengan berupa: Mempertahankan cita rasa produk, memperluas pangsa pasar dan memberikan pelayanan yang berkualitas.

Dalam strategi pemasaran Islami, Shaqila Cake sudah memastikan produknya memenuhi standar halal, dalam pemasarannya juga sudah memenuhi standar halal, termasuk dalam penggunaan bahasa yang inspiratif untuk menarik perhatian pelanggan, penekanan pada harga yang adil terhadap semua pelanggan, dan kejujuran dalam berkomunikasi dengan konsumen, dan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam berbagai aspeknya. Melalui penerapan strategi ini usaha Shaqila Cake akan mampu mencapai pertumbuhan bisnis yang cepat dan signifikan dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip Islam dalam seluruh aspek produksinya.

## **4. Kesimpulan serta Implikasi Penelitian**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT pada usaha Shaqila Cake menerapkan strategi S-O untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang cepat dan signifikan, atau biasa disebut dengan strategi agresif. Strategi yang dapat dilakukan berupa: Mempertahankan cita rasa produk, Memperluas pangsa pasar, Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen serta memberikan hak-hak mereka.

Dalam strategi pemasaran Islami, Shaqila Cake sudah memastikan produknya memenuhi standar halal, dalam pemasarannya juga sudah memenuhi standar halal, termasuk dalam penggunaan bahasa yang inspiratif untuk menarik perhatian pelanggan, penekanan pada harga yang adil terhadap semua pelanggan, dan kejujuran dalam berkomunikasi dengan konsumen, dan menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam berbagai aspeknya. Melalui penerapan strategi ini usaha Shaqila Cake akan mampu mencapai pertumbuhan bisnis yang cepat dan signifikan dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip Islam dalam seluruh aspek produksinya.

### **4.2 Implikasi Penelitian**

1. Usaha Shaqila Cake diharapkan untuk selalu memahami kebutuhan dan selera konsumen terhadap suatu produk untuk menjaga reputasi perusahaan. Selain memperhatikan konsumen perusahaan juga harus meninjau mengenai trend pasar yang sedang viral agar bisa menyesuaikan dengan minat konsumen.
2. Walaupun posisi usaha Shaqila Cake berada pada titik aman kuadran I, perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang ada, namun perusahaan juga perlu memperhatikan segala kemungkinan yang dapat muncul secara tiba-tiba oleh kompetitor dimasa yang akan datang.
3. Teruslah berbisnis dan bersaing secara sehat menggunakan prinsip-prinsip etika yang diajarkan oleh Islam sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan sunah Rasulullah Saw.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERUMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.2.1 Pernyataan Masalah.....	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian : .....	6
1.4 Kontribusi Penelitian.....	6
1.4.1 Kontribusi Teoritis .....	6
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	6
1.4.3 Kontribusi Agamis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Laandasan Teori .....	7
2.1.1 Etika Bisnis Islam.....	7
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	8
a. Pemasaran Online .....	10
b. Pemasaran Offline .....	11
c. Analisis SWOT .....	12
2.1.3 Pemasaran dalam Islam.....	13
a. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Dalam Islam .....	14
b. Prinsip-prinsip Pemasaran Dalam Islam.....	16
2.1.4 Industri Ekonomi Kreatif .....	19
2.2 Kajian Empiris.....	20
2.3 Kerangka Konseptual .....	22

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3 Pengumpulan Data .....	23
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	24
3.5 Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL Dan PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Gambaran Umum .....	30
4.1.1 Profil Shaqila Cake.....	30
4.2 Analisis Data .....	31
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal.....	31
4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal .....	35
4.3 Analisis Matriks IFAS dan EFAS .....	38
4.3.1 Matriks IFAS.....	38
4.3.2 Matriks EFAS.....	39
4.3.3 Analisis Matriks SWOT .....	42
4.4 Strategi Pemasaran Shaqla Cake Perspektif Etika Bisnis Islam .....	47
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Laporan Pengeluaran dan Pendapatan Pada Usaha Home Industri Shaqila Cake Periode Juni – Desember Tahun 2023 .....	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel .....	25
Tabel 3.2 Matriks Analisis SWOT .....	27
Tabel 3.3 Strategi Analisis SWOT .....	28
Tabel 4.1 Menu Best Seller Shaqila Cake .....	31
Tabel 4.2 Perhitungan Matriks IFAS Pada Usaha Shaqila Cake .....	38
Tabel 4.3 Perhitungan Matriks EFAS Pada Usaha Shaqila Cake .....	40
Tabel 4.4 Perhitungan Skor Analisis SWOT .....	41
Tabel 4.5 Analisis Matriks SWOT Pada Usaha Shaqila Cake .....	42
Tabel 4.6 Rangkuman Strategi Pemasaran Shaqila Cake Perspektif Etika Bisnis Islam .....	50

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	22
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT .....	29
Gambar 4. 1 Diagram Hasil Analisis SWOT Pada Usaha Shaqila Cake .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Pedoman Wawancara (Kuisisioner) .....	59
Lampiran 2. Hasil Wawancara .....	63
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data.....	66

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis, tentu saja kita tidak akan terlepas dari sebuah proses pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Saat ini dunia bisnis sedang mengalami perkembangan yang pesat dan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya agar menarik perhatian konsumen. Pemasaran dikatakan etis jika memenuhi unsur-unsur utama yaitu meliputi kebaikan dan kesopanan . Perusahaan perlu menggunakan bahasa yang baik dan ramah dalam melakukan promosi dan juga harus sesuai dengan akad muamalah dalam Islam (Ramadhany et al., 2023). Dengan perkembangan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, *home industry* harus tetap menjaga kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Serta harus membangun hubungan yang baik dengan karyawan, konsumen, dan perusahaan untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang sangat canggih saat ini, *home industry* memiliki potensi yang lebih besar untuk tumbuh dan menjangkau pasar global yang lebih luas, memberikan peluang yang lebih besar bagi pengusaha rumahan untuk mengembangkan bisnis mereka. *Home industry* merupakan usaha rumahan yang memproduksi suatu produk dan merupakan perusahaan kecil yang kelolah individu (Eliza et al., 2023). Di katakan sebagai perusahaan kecil karena kegiatan ekonomi ini di pusatkan di rumah dan merupakan usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan. Selain membantu meningkatkan ekonomi, *home industry* juga membantu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kreatifitas masyarakat, dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh sebuah perusahaan yaitu suatu upaya memasarkan produk atau jasa dengan menggunakan metode perencanaan yang

terstruktur. Dengan tujuan agar perusahaan dapat menjual produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak dan memperoleh keuntungan. Industri rumahan suatu daerah dapat dikatakan berkembang dikarenakan menggunakan bahan baku yang tersedia di dalam negeri, dipasarkan di dalam negeri, dan dikonsumsi oleh masyarakat umum, serta memberdayakan ekonomi masyarakat kecil dan menengah.

Dalam Islam, ada kriteria yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan Etika Bisnis dalam Islam (Purnama, 2019). Dengan kata lain, kita harus mematuhi akad-akad dan prinsip muamalah. Artinya, setiap proses yang dilakukan dalam suatu bisnis tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip Muamalah Islam. Islam sebagai agama yang Rahmatan Lil Alamin memberikan solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan masyarakat. Islam menawarkan konsep bisnis dengan memperhatikan akhlak, menghilangkan berbagai perbuatan keji yang jauh dari keadilan. Ajaran Islam juga tidak dapat memisahkan hubungan antara moralitas dan ekonomi, karena kegiatan ekonomi diatur oleh norma-norma moral. Al-Qur'an menekankan bahwa bisnis adalah perilaku yang halal dan diperbolehkan. Allah berfirman dalam Q.S. Fatir ayat 29, yang berbunyi :

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

Artinya: *“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”*.

Tafsiran ayat diatas menurut Ibnu Katsir menjelaskan bahwa *“Allah Swt. menceritakan tentang hamba-hamba-Nya yang beriman, yaitu orang-orang yang membaca Kitab-Nya dan beriman kepadanya serta mengamalkan isi yang terkandung di dalamnya, antara lain mendirikan salat dan menginfakkan sebagian dari apa yang diberikan oleh Allah kepada mereka di waktu-waktu yang telah ditetapkan, baik malam ataupun siang hari, baik sembunyi-sembunyi ataupun terang-terangan. mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”* (Faathir : 29). Maksudnya,

*“mereka mengharapkan pahala di sisi Allah yang pasti mereka dapati”*, seperti yang telah kami terangkan dalam permulaan kitab tafsir ini dalam pembahasan keutamaan Al-Qur'an, bahwa dikatakan, *“Sesungguhnya tiap-tiap orang itu berada di belakang perniagaannya, dan sesungguhnya kamu pada hari ini berada di belakang semua perniagaan”*.

Dalam ajaran Nabi Muhammad SAW kita diajarkan cara berbisnis yang dapat menghasilkan keuntungan optimal dengan tetap berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan dapat dipercaya (Iverson & Dervan, n.d.). Nilai-nilai tersebut menjadi landasan yang memungkinkan tetap berada dalam keadilan dan membimbing ke arah yang benar. Dasar dari peraturan ini yaitu, Syariah hukum yang mengatur jalannya suatu bisnis. Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip agama Islam dan ajaran-ajaran Al-Quran serta Hadits. Prinsip-prinsip ini mengatur bagaimana ekonomi harus dijalankan dengan mempertimbangkan nilai-nilai spiritual, etika, dan keadilan sosial. Ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara aspek materi dan spiritual.

Dari berbagai jenis produk yang diproduksi oleh *home industry* atau industri rumahan, makanan dan minuman adalah yang paling banyak disukai oleh konsumen. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan, peneliti mendapatkan bahwa di Kabupaten Ketapang memiliki banyak bisnis rumahan dan yang paling berkembang saat ini yaitu *home industry* Shaqila Cake. Dibandingkan dengan usaha rumahan lainnya Shaqila Cake ini lebih menonjol dalam melakukan pemasaran produknya di media sosial. Shaqila Cake ini berlokasi di Jalan DI Panjaitan Kabupaten Ketapang. Usaha *home industry* Shaqila Cake menjual berbagai macam aneka brownis, kue tradisional dan beberapa dessert.

*Home industry* Shaqila Cake ini dikelola oleh Ibu Nadia, dan sudah berdiri sejak tahun 2019 lebih tepatnya sudah 4 tahun yang lalu dan masih beroperasi sampai sekarang, memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu berada jalan utama. Dalam menjalankan usahanya, ibu Nadia membangun Shaqila Cake ini karena menurut beliau di daerah Ketapang masih minimnya toko yang menjual cake. Dengan keterampilan

yang beliau miliki dalam membuat cake, beliau berusaha mengasah kemampuannya dengan membangun toko kue yang bernama Shaqila Cake. Kemudian mulai berkembang hingga sekarang serta sudah banyak dikenal masyarakat baik dari daerah Ketapang maupun luar Ketapang. Pemasaran yang dilakukan tidak hanya melalui *offline* (spanduk), akan tetapi juga melalui pemasaran *online* yaitu dengan membuat video kreatif untuk dipromosikan di sosial media (postingan di instagram dan tiktok), agar menarik perhatian konsumen, akan tetapi usaha ini mengalami pasang surut, sebagaimana terlihat dalam table berikut ini:

**Tabel 1.1**

**Laporan Pengeluaran dan Pendapatan Pada Usaha Home Industry  
Shaqila Cake Periode Juni - Desember Tahun 2023**

No	Bulan	Pengeluaran	Pendapatan
1.	Juni	Rp. 194.984.750	Rp. 114.267.145
2.	Juli	Rp. 184.220.900	Rp. 79.187.558
3.	Agustus	Rp. 130.077.700	Rp. 155.376.815
4.	September	Rp. 125.663.950	Rp. 134.010.985
5.	Oktober	Rp. 187.747.860	Rp. 83.508.615
6.	November	Rp. 166.279.800	Rp. 124.275.867
7.	Desember	Rp. 219.628.550	Rp. 151.805.634

*Sumber: Usaha Home Industry Shaqila Cake Periode Juni - Desember (2023)*

Berdasarkan data tersebut, diketahui pendapatan usaha *home industry* Shaqila Cake pada periode bulan Juni hingga Desember 2023 banyak mengalami naik turun. Menurut Ibu Nadia, sebagai pemilik usaha, persaingan antar pengusaha yang semakin ketat dan kondisi ekonomi yang tidak stabil sangat berdampak terhadap tingkat penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk menjaga kestabilan usahanya. Pada awal penelitian diperoleh informasi mengenai

strategi yang digunakan oleh usaha *home industry* Shaqila Cake. Adapun strategi yang digunakan Shaqila Cake yaitu dengan memberikan potongan harga jika konsumen membeli dengan jumlah yang banyak dan memberikan diskon sebesar 30% pada jam 20.00 keatas untuk beberapa item. Shaqila Cake menggunakan strategi ini untuk mempertahankan keseimbangan bisnisnya, serta dengan meningkatkan kualitas produk dan mengeluarkan produk baru. Bahkan dalam proses produksinya Shaqila Cake juga memiliki beberapa kendala, seperti membuat kue yang selalu gagal dan harus merombak resep sebelumnya hingga menemukan resep yang pas dan enak sesuai keinginan. Untuk mengatasi kendala tersebut, Shaqila Cake harus memberikan pelatihan kepada karyawannya.

Maka dari itu peneliti hendak menganalisis lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang digunakan dalam *home industry* Shaqila Cake apakah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Dengan semakin berkembangnya usaha *home industry* Shaqila Cake, maka perusahaan bisa menganalisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman agar bisa merumuskan suatu strategi yang dapat membuat perusahaan bertahan ditengah persaingan yang ketat. Pemilik usaha dapat menentukan strategi yang sesuai dengan usahanya dengan melihat keunggulan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Pernyataan Masalah**

Dari uraian diatas penulis ingin menganalisis tentang strategi pemasaran dalam penerapan Etika Bisnis Islam pada usaha *home industry* Shaqila Cake. Dikarenakan pada era sekarang banyak para pebisnis yang menjalankan bisnisnya sesuai dengan teori ekonomi konvensional dibandingkan teori ekonomi Islam.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada usaha *home industry* Shaqila Cake?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada usaha *home industry* Shaqila Cake dalam perspektif etika bisnis Islam?

### **1.3 Tujuan Penelitian :**

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada usaha *home industry* Shaqila Cake
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada usaha *home industry* Shaqila Cake dalam perspektif etika bisnis Islam

### **1.4 Kontribusi Penelitian**

#### **1.4.1 Kontribusi Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi Islam, kepada semua individu maupun kelompok mengenai strategi pemasaran pada usaha *home industry* dalam perspektif etika bisnis Islam.

#### **1.4.2 Kontribusi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dasar bagi semua pihak yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi pemasaran *home industry* dalam perspektif etika bisnis Islam dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan literatur dalam pengembangan penulisan untuk kedepannya.

#### **1.4.3 Kontribusi Agamis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat muslim mengenai prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam pemasaran suatu usaha dalam perspektif etika bisnis Islam.