

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Islam hadir untuk memberikan keselamatan kepada semuanya. Islam memiliki tatanan nilai yang jauh berbeda dengan yang lainnya. Untuk itu Islam merupakan agama yang multi komplit dalam memenuhi kehidupan makhluk hidup. Satu diantaranya semua dimensi kehidupan yang telah diatur oleh islam adalah muamalah (ekonomi syariah).

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam, tak terkecuali dengan perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia. Dengan semakin majunya teknologi era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai target yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan yang bergerak dalam dunia industri pangan khususnya produk roti, tidak lepas dari persaingan usaha tersebut. Dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola produk usah

pemasarannya, juga untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan manajemen yang efektif dan efisien. Setiap perusahaan khususnya perusahaan roti berupaya untuk meningkatkan usahanya baik dari segi rasanya, kualitasnya dan pemasarannya agar tidak tersaingi dengan perusahaan roti yang lain.

Dunia bisnis kelihatannya tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Agama Islam menganjurkan umatnya di dunia untuk berlomba-lomba dalam mencari kebaikan. Jika hal ini dijadikan dasar dalam berbisnis maka praktek bisnis harus menjalankan suatu aktivitas persaingan usaha yang sehat. Jika dikaitkan dengan kondisi yang sekarang ini, dengan apa yang dinamakan dengan perdagangan bebas dan persaingan bebas, maka aktivitas bersaing dalam berbisnis antara satu pebisnis dengan pebisnis yang lainnya tidak dapat dihindarkan. Hal demikian yang perlu dipikirkan adalah, bagaimana persaingan dalam berbisnis mampu memberikan kontribusi yang baik bagi para pelakunya.<sup>1</sup>

Setiap perusahaan dimana saja berada pasti berkeinginan agar usahanya berkembang dengan lancar dan sukses. Perkembangan suatu perusahaan tidak terlepas dari strategi yang diterapkan oleh sebuah perusahaan itu sendiri, sehingga strategi dalam melaksanakan system operasioanal sangatlah penting bagi sebuah perusahaan dalam kegiatan untuk memajukan suatu usaha, juga untuk meningkatkan hasil penjualan produk dalam sebuah perusahaan. Tanpa strategi yang baik, maka

---

<sup>1</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPF, 2004), hal. 340

perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan perusahaan yang lebih maju dan berkembang dengan baik.

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam sebuah perusahaan pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Di samping itu strategi yang ditetapkan dalam sebuah perusahaan harus ditinjau kembali sesuai dengan perkembangan pasar dan mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan pemasaran. Demikian strategi pemasaran dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan. Strategi pemasaran adalah serangkaian rencana yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dengan cara memilih pasar sasaran dengan harapan untuk mencapai tujuan pemasarannya dan menciptakan bauran pemasaran yang cocok serta dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.<sup>2</sup>

Pemasaran syariah adalah sebuah kegiatan berbisnis yang mengarah kepada proses sosial pada saat individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan yang diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran nilai, yang didalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah secara Islam. Pemasaran syariah tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.<sup>3</sup> Kegiatan pemasaran merupakan suatu aktivitas berbisnis yang hubungannya antara sales dan pelanggan. Pemasaran

---

<sup>2</sup> Abdul Hadi Sirat, *Kewirausahaan*, (Malang: Wineka Media, 2015), hal. 194

<sup>3</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: mizan, 2006), hal. 26

merupakan suatu keharusan untuk di pelajari, dipahami, dan digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan. Sebagai bukti banyak perusahaan yang telah berhasil mencapai target atau tujuan yang ingin dicapai dengan menjalankan kegiatan pemasaran secara sungguh-sungguh.

Dengan banyaknya perusahaan yang telah berhasil mencapai target yang telah dicapai maka peneliti merasa termotivasi dan tertarik dengan pemasaran, oleh karena itu maka peneliti membuat karya tulis dengan judul pemasaran. Selain itu peneliti termotivasi karena ingin mendalami dan memahami ilmu tentang pemasaran sebagai pengetahuan ketika suatu saat mendirikan sebuah perusahaan sendiri. Setiap perusahaan yang didirikan selalu memerlukan sekelompok tim pemasaran yang ahli dalam memasarkan produk. Seperti halnya dalam hal ini judul karya tulis yang peneliti tulis yaitu Strategi Pemasaran dalam CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar.

Pada setiap usaha, masalah pemasaran merupakan suatu persoalan yang sangat kompleks sekali, sehingga untuk merealisasikan tujuan perusahaan secara menyeluruh diperlukan suatu strategi pemasaran secara tepat dan terpadu, setiap perusahaan hendaknya mengetahui keinginan atau selera dari para konsumen kemudian berusaha mewujudkannya sehingga lebih banyak lagi konsumen yang tertarik dan pada akhirnya volume penjualan bisa meningkat. Dalam keadaan ekonomi seperti apapun,

perkembangan-perkembangan pemasaran adalah faktor yang sangat menentukan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan di sebuah perusahaan. Ketika perusahaan tersebut melakukan strategi pemasaran haruslah tetap berpegang teguh pada prinsip kejujuran, keadilan dan rasa tanggungjawab, perusahaan tidak boleh membodohi ataupun membohongi para konsumennya dan tidak ada permainan harga dari setiap produsen.

Banyaknya perusahaan roti yang ada di Kota Blitar, maka akan terjadi suatu keadaan persaingan usaha antar perusahaan roti. Tidak hanya persaingan antar perusahaan roti saja, tetapi karena bergerak pada jalur pemasaran maka setiap perusahaan roti mempunyai cara dan strategi pemasaran yang berbeda untuk mempertahankan eksistensi perusahaan roti tersebut. Baik itu dari segi rasanya, kualitasnya, tampilannya, dan harganya. Dengan diadakannya penelitian pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo, Kelurahan Sutojayan, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar ini, peneliti mempunyai harapan supaya setelah penelitian ini selesai maka akan ada perubahan terhadap CV. Surya Food Indonesia dalam memasarkan produknya dan tingkat produktifitasnya serta kualitasnya lebih meningkat dari sebelumnya.

Dalam menjalankan etika bisnis kita harus mengetahui prinsip yang mendasarinya. Menurut Islam, kita harus memahami bahwa pada dasarnya Allah telah menyuruh manusia bekerja. Manusia di dunia dianjurkan untuk melakukan kegiatan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satu pekerjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah

melakukan aktivitas berbisnis. Bisnis dalam islam dijelaskan melalui kata tijarah yang memiliki dua makna, yaitu pertama perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan manusia dengan Allah. Makna tijarah yang kedua adalah perniagaan secara khusus yaitu perdagangan sesama manusia. Persoalan etika bisnis merupakan salah satu kajian penting dalam Islam. Etika bisnis dalam islam merupakan serangkaian aktivitas berbisnis dengan berbagai macam bentuknya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena ada aturan halal dan haram di dalamnya. Dalam artian, bahwasannya pelaksanaan berbisnis harus tetap berpegang tegung pada ketentuan syariat Islam yaitu al-Qur'an dan al-Hadits.<sup>4</sup>

Dalam berdagang Rasulullah SAW menerapkan sumber etika pemasaran secara islami sesuai dengan al-Qur'an dan al-Hadis. Dalam al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, Allah memberi petunjuk kepada manusia agar dalam berbisnis tercipta hubungan yang harmonis dan saling berkerelaan antara kedua belah pihak, firman Allah swt sebagaimana berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan*

---

<sup>4</sup> Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 13

*perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (QS. An-Nisaa’ [4]: 29).*<sup>5</sup>

Firman Allah dalam ayat ini menjelaskan tentang syarat diperboehkannya melakukan perdagangan karena dua hal. *Pertama*, dalam melakukan perdagangan manusia dianjurkan harus saling berkerelaan, tidak boleh hanya salah satu pihak saja yang untung dan rela. *Kedua*, tidak boleh saling merugikan, dalam hal ini seseorang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingannya diri sendiri.<sup>6</sup>

Rasulullah adalah manusia yang terbaik di segala sisi dan segi. Beliau adalah umat Islam yang selalu nomor satu dalam setiap kehidupan, karena beliau yang paling pantas dijadikan sebagai profil percontohan untuk urusan agama islam dan kebaikan di dunia dan akhirat. Ada sebuah riwayat hadis yang mengatakan bahwa Rasulullah SAW adalah orang yang paling baik akhlaknya.

عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : كَانَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ أَحْسَنِ النَّاسِ حُلُقًا

Dari Anas r.a berkata, “*Rasulullah SAW adalah orang yang paling baik akhlaknya.*” (HR. Muslim 1582).<sup>7</sup>

Hadis ini menyatakan bahwa Rasulullah adalah orang yang paling baik akhlaknya. Dalam hal ini beliau merupakan orang yang paling baik akhlaknya dalam berdagang dengan penuh kejujuran, tanggungjawab,

---

<sup>5</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Jabal, 2010), hal. 83

<sup>6</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 159

<sup>7</sup> M. Nashruddin al-Albani, *Mukhtashar Shahih Muslim*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), hal. 789

keadilan dan kesuksesan. Dalam dunia perdagangan Rasulullah menjadi contoh langsung bagi pebisnis. Dalam berdagang Rasulullah tidak hanya terfokus pada keuntungan semata, tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip bermuamalah yang sesuai dengan syariat Islam dengan tujuan agar tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Agama Islam menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi oleh seseorang dalam aktivitas berbisnis. Salah satunya adalah etika dalam berdagang yang merupakan suatu bentuk dalam kegiatan ekonomi. Tolok ukur seperti kejujuran, kepercayaan, tanggungjawab, keadilan dan ketulusan merupakan prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam dalam hal perdagangan dan perniagaan. Prinsip perdagangan dan niaga ini telah ada dalam al-Qur'an dan al-Hadis, seperti mengenai larangan melakukan sumpah palsu, larangan menimbun barang, larangan terhadap kecurangan dalam takaran dan timbangan, larangan melakukan jual beli secara riba, larangan melakukan khalabah (*pemasaran yang menyesatkan*) dan keharusan menciptakan itikad baik dalam melakukan transaksi bisnis.<sup>8</sup>

Maksud dari peneliti dalam melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui, menjelaskan dan mendeskripsikan serta menganalisis bagaimana strategi pemasaran tim manajemen CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kabupaten Blitar dalam memasarkan produk roti

---

<sup>8</sup> Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi & Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, (Bandung: Mandar Maju, 2002), hal. 169



surya yang sesuai dengan etika bisnis islam dan juga dalam meningkatkan volume penjualan produk.

Dalam pembuatan produk roti surya ini bahan utamanya adalah tepung terigu, kemudian ketika proses pengolahannya dicampur dengan gula, margarin, susu, simas, telur, ragi, air, minyak. Meskipun daerah Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar masyarakatnya bukan penghasil tanaman gandum akan tetapi pihak Surya Bakery sendiri tidak ada hambatan dalam mendapatkan bahan baku utama berupa tepung terigu. Karena pihak CV. Surya Food Indonesia untuk mendapatkan bahan baku tepung terigu dan bahan lainnya ikut pabrik pusat yaitu Perusahaan Surya Bakery Lampung. Jadi, CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar tinggal bayar ke Perusahaan Surya Bakery Pusat dan Pabrik Tepung Terigu tinggal mengirim langsung ke CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kabupaten Blitar, dan pihak Surya Food Indonesia tidak kebingungan akan habisnya bahan baku atau bahan mentah, karena setiap stok tepung terigu hampir habis pihak roti surya langsung menghubungi untuk memesan ke pabrik atau agen-agen tepung terigu yang sudah menjadi langganannya.

CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar berdiri sejak tahun 2011 sampai sekarang. Ketika pada tahun 2015 dan 2016 pernah mengalami kemajuan yang cukup pesat karena pada waktu itu roti surya lebih banyak diminati oleh masyarakat meskipun banyak pesaingnya. Kemudian ketika tahun 2017

dan 2018 mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena banyaknya kompetitor-kompetitor pada perusahaan-perusahaan roti baru yang semakin ketat dan lebih disukai oleh konsumen dan persaingan harga pun juga semakin ketat. Selain itu pihak CV. Surya Food Indonesia Blitar awalnya dalam memasarkan roti melakukan kerjasama dengan agen, jadi pihak roti surya ngasih barang ke agen lalu agen yang memasarkan produk tersebut ke pasar. Seiring dengan berjalannya waktu dan banyaknya roti-roti baru dari pesaing, hal tersebut jadi kurang efektif. Karena pihak agen melihat barang yang sedang booming saat ini dan memilih mana yang lebih disukai pasar, jadi untuk sekarang salesman CV. Surya Food Indonesian Blitar dalam memasarkannya langsung mendatangi pasar-pasar dan toko-toko yang menjadi saluran distribusi. Agen yang lama tetap dipertahankan tetapi untuk pengembangan yang lebih lanjut salesman CV. Surya Food Indonesia Blitar langsung terjun ke lapangan. Jadi dalam strategi pemasaran CV. Surya Food Indonesia ini mulai dari tahun 2011 sampai sekarang keadaanya mengalami naik turun atau tidak stabil.<sup>9</sup>

Strategi Pemasaran CV. Surya Food Indonesia Blitar diantaranya dengan cara salesman CV. Surya Food Indonesia Blitar mendatangi pasar-pasar tradisional baik di Kota Blitar maupun diluar Kota Blitar dan juga mendatangi distributor-distributor roti diberbagai daerah yang sudah menjadi langganannya, kemudian juga mengirim ke pasar-pasar tradisional lalu mencari agen-agen yang bersedia menampung roti surya diantaranya

---

<sup>9</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Darmawan (Direktur CV. SuryaFood Indonesia Lingkungan Purworejo Kabupaten Blitar), 10 Oktober 2018, Pukul 09.00 WIB

adalah pasar-pasar yang ada di setiap Kota di berbagai wilayah Kabupaten, Kota Blitar, luar Kota Blitar bahkan di Luar Provinsi Jawa Timur. Daerah-daerah yang sudah menjadi agen Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar diantaranya adalah: Blitar, Malang, Tulungagung, Trenggalek, Pacitan, Madiun, Ngawi, Jombang, Nganjuk, Kediri, Jombang, Solo, Pasuruan, Banyuwangi, Madura dan kota-kota lainnya. CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dalam mempromosikan atau menawarkan dan mengenalkan produknya kepada calon konsumen dengan cara memberikan sampel kepada masyarakat atau calon konsumen di pasar-pasar tradisional untuk menarik pelanggan agar pihak CV Surya Food Indonesia Blitar mengerti selera konsumen dan konsumen lebih tertarik dengan produk roti surya.

Dengan hal tersebut strategi pemasaran Surya Food Indonesia Sutojayan Blitar dengan perusahaan roti-roti yang lain berbeda, karena pihak roti surya dalam memasarkan lebih simple. Selain itu, CV. Surya Food Indonesia juga mempunyai keunggulan yang lebih dari segi rasanya. Dengan demikian banyak masyarakat yang tertarik untuk mengkonsumsi roti surya sebagai bahan camilan maupun kulakan untuk persediaan di tokonya selain itu dari segi harga juga tidak mahal, harganya pun juga sesuai dengan umumnya yang pas di kantong masyarakat.

Perusahaan Surya Food Indonesia adalah satu-satunya perusahaan roti yang berada di daerah Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan

Kabupaten Blitar yang usahanya mampu mengolah roti surya ini mulai dari proses pembuatan sampai pembungkusan sehingga layak dipasarkan ke pasar-pasar tradisional, dikirim ke distributor-distributor roti. Perusahaan Surya Food Indonesia akhir akhir ini sudah beredar diberbagai kota-kota yang ada di Jawa Timur dan bahkan luar Jawa Timur dan usaha ini sudah mulai dari beberapa tahun yang lalu. Masyarakat menyukai roti surya ini sebagai camilan dan bahkan dijual ditokonya masing-masing. Selain itu CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dalam mengolah, memasarkan produk roti surya ini sudah sesuai dengan syariat Islam atau etika bisnis Islam.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut dengan judul **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar).**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini tentang strategi pemasaran dengan rumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar?

2. Bagaimana strategi pemasaran pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sedang tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendiskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Kelurahan Sutojayan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Kelurahan Sutojayan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah khazanah keilmuan khususnya dalam bidang strategi pemasaran ditinjau dari Etika Bisnis Islam.
2. Secara praktis
  - a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dalam memasarkan produknya.

b. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian diharapkan masyarakat banyak yang berminat dan tertarik terhadap produk roti surya untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan tujuan agar daya jual produk Roti Surya Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar lebih meningkat, dikenal, dipercaya, dan dijamin akan ke halalnya oleh masyarakat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya sudah mengetahui dan memiliki gambaran, wawasan apabila menggunakan judul penelitian tentang strategi pemasaran suatu barang.

## **E. Penegasan Istilah**

Untuk memudahkan memahami judul penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Konseptual

- a. Strategi Pemasaran adalah analisis yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang ingin dicapai dengan

menciptakan langkah-langkah yang tepat, dan memiliki kebijakan yang kuat dalam pemasaran agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.<sup>10</sup>

- b. Etika Bisnis Islam adalah serangkaian akhlak manusia dalam menjalankan aktivitas berbisnis yang beraneka ragam dan tidak dibatasi dengan jumlah produk atau jasa yang dihasilkan untuk mencapai laba yang diinginkan, namun dibatasi dari cara memperolehnya tentang halal dan haramnya yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam bermuamalah.<sup>11</sup>

## 2. Operasional

Setelah diketahui secara konseptual di atas, maka secara operasional dapat dipahami bahwa *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar)* adalah penelitian yang mengkaji tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dan strategi pemasaran pada CV. Surya Food di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam, sehingga CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar

---

<sup>10</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 294

<sup>11</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hal. 18

agar selalu menjaga eksistensi terhadap usaha yang dilakukan sehingga terus mengalami perkembangan dengan memperhatikan bisnis yang benar yang sesuai dengan syariat Islam (etika bisnis Islam)

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pemahaman mengenai isi penulisan skripsi ini dan sebagai upaya untuk menjaga keutuhan pembahasan di dalam skripsi agar terarah dan sistematis, maka sistem penulisannya sebagai berikut:

Bagian isi atau teks terdiri dari:

Bab I: Pendahuluan, terdiri dari latar belakang, rumusan masalah/fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian Pustaka, terdiri dari strategi pemasaran, etika bisnis Islam, dan strategi pemasaran dalam perspektif etika bisnis Islam, dan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Bab III: Metode Penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Paparan Data Penelitian dan Pembahasan, dalam hal ini peneliti menjawab fokus penelitian dan membahasnya secara mendalam dengan data yang telah diperoleh. 1) Paparan data penelitian: deskripsi objek penelitian, strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan



Pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dan hasil penjualan roti surya tiap tahun, 2) Pembahasan hasil penelitian: strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia di Lingkungan Purworejo Kelurahan Suojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar, strategi pemasaran pada CV. Surya Food Indonesia Blitar di Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam.

Bab V: Kesimpulan dan Saran, dalam bab ini berisi kesimpulan dari jawaban permasalahan yang menjadi objek penelitian dan saran-saran yang ditujukan pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan penelitian.