

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “Implementasi strategi *marketing mix* pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya Perspektif Etika Bisnis Islam di Kediri” ini ditulis oleh Mu’alifah dengan dibimbing oleh Dr. Nur Aini Latifah, SE, MM. dan Dr. H.A. Hasyim Nawawie, MSi, MHI, MM.

Kata Kunci: Strategi *marketing mix*, etika bisnis Islam.

Penelitian dalam tesis ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena bahwa dalam kegiatan bisnis diperlukan strategi pemasaran yang tepat karena salah satu aspek yang sangat penting bagi para pelaku bisnis adalah aspek etika, bisnis yang ideal dalam Islam, merupakan bisnis yang mampu menyeimbangkan antara hak dan kewajiban, mampu menciptakan rasa keadilan dan memenuhi tuntutan kebajikan dan keluhuran budi. Oleh karena itu, pebisnis muslim harus tunduk kepada aksioma (nilai dasar) etika bisnis Islami yang mencakup tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebenaran. Untuk itu perlu adanya implementasi strategi *marketing mix* yang sesuai dengan etika bisnis Islam pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya di Kediri.

Rumusan masalah dalam penulisan tesis ini adalah: (1) Bagaimanakah implementasi strategi *product* (produk) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (2) Bagaimanakah implementasi strategi *price* (harga) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (3) Bagaimanakah implementasi strategi *promotions* (promosi) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (4) Bagaimanakah implementasi strategi *place* (tempat atau distribusi) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (5) Bagaimanakah implementasi strategi *process* (proses) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (6) Bagaimanakah implementasi strategi *people* (orang) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam? (7) Bagaimanakah implementasi strategi *physical evidence* (sarana fisik) pada Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya perspektif etika bisnis Islam?

Dari hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa: (1) Implementasi strategi *product* (produk) *perspektif etika bisnis Islam* yang dilakukan oleh Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya ini sesuai dengan etika bisnis Islam dalam konteks produk yang diterapkan di Minimarket Berkah Mandiri yaitu Produk yang diperjual belikan merupakan produk yang halal dan thoyyib, sementara perbedaan strategi produk terletak pada pengembangan produk, untuk produk yang dijual Mini Market Berkah Mandiri lebih lengkap tidak hanya produk keperluan rumah tangga tetapi juga menyediakan produk barang pecah belah, peralatan dapur, sedangkan di Minimarket Putri Cahaya hanya menyediakan produk kebutuhan rumah tangga. Minimarket Berkah Mandiri mengedepankan kejujuran dalam upaya perusahaan untuk tidak melakukan

penipuan (*tadlis*), kualitas barang produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran atau takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak atau kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan. (2) implementasi strategi *price* (harga) perspektif etika bisnis Islam yaitu Minimarket Berkah Mandiri mencoba menggunakan harga khusus member dan umum ini disebabkan karena mayoritas mitranya merupakan para pelaku usaha kecil dan menengah yang membeli dengan harga Grosir, misalnya di daerah sekitar, Minimarket Putri Cahaya menyesuaikan harga produk dengan harga pasar karena dengan menyesuaikan harga produk dengan harga pasar membuat produk yang dijual di mini market tetap dapat bersaing dengan harga pasar, etika bisnis Islam yang diterapkan ialah dengan menetapkan harga wajar. (3) Implementasi strategi *promotions* (promosi) perspektif etika bisnis Islam Mini Market Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya menggunakan strategi promosi dari mulut ke mulut, menggunakan media promosi melalui reklame yang dipasang di dekat area pasar serta promosi dilakukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. (4) Implementasi strategi *place* (tempat atau distribusi) perspektif etika bisnis Islam Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya tidak jauh berbeda yaitu dengan menerapkan standar pendisplay-an yang menarik dan lokasi yang strategis sehingga perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan, dan sering mengurangi biaya distribusi, etika bisnis yang diterapkan ialah dengan mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien dalam memasarkan produk kepada masyarakat secara menyeluruh terutama sasarannya utamanya masyarakat muslim. (5) Implementasi strategi *process* (proses) perspektif etika bisnis Islam Minimarket Berkah Mandiri dan Mini Market Putri Cahaya sangat bergantung pada proses pelayanan kepada konsumen Biasanya layani konsumen dengan memberikan ucapan salam atau selamat datang atau 3S 1A (sambut, senyum, sapa dan antusias) serta mengutamakan sasaran konsumen yang dituju dan keinginan dari persepsi konsumen sehingga dapat melakukan pelayanan yang terbaik dengan tetap menggunakan etika bisnis Islam yang berlaku secara umum. (6) Implementasi strategi *people* (*orang*) perspektif etika bisnis Islam Minimarket menggunakan strategi pelayanan yang menyenangkan sopan, ramah dan bersahaja selain itu pakaian atau seragam yang digunakan sopan dan bagi karyawan laki-laki berpakaian rapi dan karyawan perempuan menggunakan hijab sehingga dalam setiap aktivitas pelayanan tercipta suasana pelayanan yang menyenangkan dan nyaman karena mayoritas kosumen merupakan konsumen muslim dengan mengedeankan etika bisnis Islam yang utama. (7) Implementasi strategi *phisical evidence* (sarana fisik) perspektif etika bisnis Islam di mini market ini hampir sama yaitu menggunakan strategi pelayanan yang memuaskan seperti tempat parkir, interior pencahayaan yang terang dan menyenangkan sehingga membuat pengunjung merasa puas dengan pelayanan yang diberikan ini sesuai dengan prinsip dalam bisnis syari'ah yang slalu mengutamakan kebersihan dan kenyamanan yang pada akhirnya akan mendapatkan kepuasan konsumen tentunya juga akan mencapai keberkahan dalam menjalankan usaha.

## ABSTRACT

Thesis with the title "Implementation of Marketing Mix Strategy on Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya Perspective Islamic Business Ethics in Kediri" was written by Mu'alifah with advisor by Dr. Nur Aini Latifah, SE, MM. and Dr. H.A. Hasyim Nawawie, MSi, MHI, MM.

**Keywords:** Marketing mix strategy, Islamic business ethics.

The research in this thesis is motivated by a phenomenon that in the business activity is needed the right marketing strategy because one of the most important aspect for the businessman is the ethical aspect, the ideal business in Islam, is a business that is able to balance between rights and obligations, able to create Sense of justice and fulfill the demands of virtue and virtue. Therefore, Muslim businesspeople must submit to the axioms of Islamic business ethics that include monotheism, balance, free will, responsibility, and truth. Therefore, it is necessary to implement the marketing mix strategy in accordance with Islamic business ethics in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya in Kediri.

The formulations of the problem in the writing of this thesis are: (1) How is the implementation of product strategy in Mini Market Berkah Mandiri and Minimarket Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (2) How is the implementation of price strategy in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (3) How is the implementation of promotions strategy in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (4) How is the implementation of place strategy (place or distribution) in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (5) How is the implementation of process strategy (process) in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (6) How is the implementation of people strategy on Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics? (7) How is the implementation of physical evidence strategy in Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya perspective of Islamic business ethics?

From the results of this study, the authors conclude that: (1) Implementation of product strategy (product) perspective of Islamic business ethics conducted by Minimarket Berkah Mandiri and Minimarket Putri Cahaya is in accordance with Islamic business ethics in the context of products applied in Minimarket Berkah Mandiri traded products are halal and good, while the difference in product strategy lies in product development, for products sold Mini Market Berkah Mandiri more complete not only household products but also provides glassware products, kitchen utensils, while in Minimarket Putri Cahaya only provide household products. Minimarket Berkah Mandiri prioritizes honesty in the company's efforts not to commit fraud (*tadlis*), the quality of products offered has the clarity of goods, clarity of size or measure, clarity of composition, undamaged or expired and use good materials, products are traded products

Which is lawful and in promotion and advertising does not lie. (2) Implementation of price strategy perspective of Islamic business ethic is Minimarket Berkah Mandiri try to use member and general price is caused by majority of partners are small and medium business actors who buy at wholesale price, for example in the area, Minimarket Putri Cahaya adjust the price of the product with the market price because by adjusting the price of the product with the market price makes the product sold in the mini market can still compete with market price, Islamic business ethics applied is to set the fair price. (3) Implementation of promotional strategy (promotion) perspective of Islamic business ethics Mini Market Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya using word of mouth promotion strategy, using promotional media through advertisement near the market area and promotion done transparently and openly so as not there is potential fraud and cheating elements in promoting. (4) Implementation of place strategy (place or distribution) perspective Islamic business ethics Minimarket Berkah Mandiri and Minimarket Putri Cahaya are not much different that is by applying attractive display standard and strategic location so that company can give better service to customers, and often Reduce the cost of distribution, business ethics applied is to prioritize the places in accordance with the target market, so it can be effective and efficient in marketing the product to the community as a whole, especially the target of the Muslim community. (5) Implementation of process strategy (process) perspective of Islamic business ethic Minimarket Berkah Mandiri and Mini Market Putri Cahaya highly depend on service process to consumer get used to serve consumer by giving greeting or welcome or welcome, smile, greeting and enthusiasm, as well as prioritizing target consumers and the desire of consumer perceptions so that it can perform the best service while still using the Islamic business ethics generally applicable. (6) Implementation of people strategy Perspective of Islamic business ethics Minimarket using pleasant service strategy of polite, friendly and humble other than that of clothing or uniform used polite and for well dressed male employees and female employees using hijab so that in every service activity create a pleasant atmosphere and comfortable atmosphere because the majority of consumers are Muslim consumers by promoting the main Islamic business ethics. (7) Implementation of physical evidence strategy perspective of Islamic business ethics in mini market is almost the same that is using satisfactory service strategy such as parking lot, bright and pleasant lighting interior so that make visitor feel satisfied with the service given in accordance with the principle in *shari'a* business that always prioritize cleanliness and comfort which in the end will get customer satisfaction of course also will reach blessing in running business.

## الملخص

أطروحة تحت عنوان "تطبيق استراتيجيات المزيج التسويقي في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية في كيديري" التي كتبها مؤلفة المشرف الدكتور نور العيني لطيفة، الماجستير. والدكتور ه. أ. هاشم نواوي، الماجستير، الحاج.

**الكلمات الهامة:** استراتيجية المزيج التسويقي، وأخلاقيات الأعمال الإسلامية.

والدافع للبحث في هذه الأطروحة من قبل وهي ظاهرة الأنشطة التجارية تتطلب استراتيجية التسويق المناسبة لجانب واحد مهم جدا بالنسبة للشركات هي الجوانب الأخلاقية، ورجال الأعمال المثالي في الإسلام، هو عمل قادرة على تحقيق التوازن بين الحقوق والواجبات، وقادرة على خلق حس العدالة وتلبية مطالب الخير والشهامة. لذلك، يجب أن رجل الأعمال المسلم أن يقدم إلى البديهيات (القيمة الأساسية) أخلاقيات الأعمال الإسلامية التي تضم التوحيد، والتوازن، الإرادة الحرة، والمسؤولية، والحقيقة. لذلك نحن بحاجة إلى تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي وفقا لأخلاقيات الأعمال الإسلامية في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا في كيديري.

مشكلة هذه الأطروحة هي: (١) كيف يتم تطبيق استراتيجية المنتج (المنتجات) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور لأخلاقيات الأعمال الإسلامية؟ (٢) كيف يتم تطبيق استراتيجية السعر (السعر) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟ (٣) كيف يتم تطبيق استراتيجية الترقيات (ترويج) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟ (٤) كيف يتم تطبيق استراتيجيات المكان (مكان أو التوزيع) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟ (٥) كيف يتم تطبيق استراتيجية عملية (عملية) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟ (٦) كيف يتم تطبيق استراتيجيات الناس (الناس) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات

الأعمال الإسلامية؟ (٧) كيف يتم تطبيق استراتيجية الأدلة المادية (المرافق المادية) في ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية؟

من هذه النتائج، خلص الباحثون ما يلي: (١) تطبيق استراتيجية المنتج (المنتج) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية التي أدلى بها ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا وفقا لأخلاقيات الأعمال الإسلامية في سياق المنتجات يتم تطبيقها في ميني ماركت البركة مانديري، منتجات تداول المنتج هو الحلال والطيب، في حين أن الاختلاف في استراتيجية المنتج تكمن في تطوير المنتجات، والمنتجات التي تباع في ميني ماركت البركة مانديري بشكل كامل ليس فقط استخدام المنتجات المتزلية ولكن أيضا توفير منتجات الأواني الزجاجية، وأدوات المطبخ، بينما في ميني ماركت بوتيري جاهايا فقط توفير المنتجات المتزلية. ميني ماركت البركة مانديري تعزيز التزاهة في جهود الشركة لعدم ارتكاب عمليات احتيال (تدليس)، ونوعية المنتجات المعروضة لديهم بضائع الوضوح وحجم أو جرعة والوضوح من تكوينها، لم تتضرر أو منتهية الصلاحية واستخدام العناصر الجيدة، والمنتجات المتداولة هي منتجات حلالا في الترويج والدعاية ليس للكذب. (٢) تطبيق استراتيجيات سعر (السعر) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية، وهي ميني ماركت البركة مانديري لاستخدام أعضاء سعر خاص والقضية العامة للغالبية شركائها هي مرتكي المشاريع الصغيرة والمتوسطة الذين يشترون بأسعار الجملة، على سبيل المثال في المنطقة المحيطة، ميني ماركت الأميرة النور ضبط أسعار المنتجات لأسعار السوق لأنه من خلال تعديل سعر المنتج إلى سعر السوق يجعل المنتجات التي تباع في السوق مصغرة تظل قادرة على المنافسة مع أسعار السوق، وأخلاقيات العمل في الإسلام التي يتم تطبيقها هي لتحديد سعر معقول. (٣) تطبيق استراتيجية الترقيات (ترويج) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا في استخدام الاستراتيجيات الترويجية في الفم، وذلك باستخدام حملة إعلامية من خلال لوحات مثبتة بالقرب من منطقة السوق وتعزيز الشفافية والانفتاح حتى لا هناك احتمال الخداع والغش في الترويج. (٤) تطبيق استراتيجية المكان (مكان أو التوزيع) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية ميني ماركت البركة مانديري و ميني ماركت بوتيري جاهايا لا تختلف كثيرا عن طريق تطبيق العرض القياسية موقع مثيرة للاهتمام واستراتيجي بحيث يمكن للشركات تقديم خدمة أفضل للعملاء، وغالبا ما تخفيض تكاليف التوزيع، وأخلاقيات العمل المطبقة هي إعطاء الأولوية إلى الأماكن التي تتوافق مع السوق

المستهدفة، بحيث يمكن أن السوق بفعالية وكفاءة المنتج للجمهور ككل، وخاصة السوق المستهدف الرئيسي من المجتمع المسلم. (٥) تطبيق استراتيجية عملية (عملية) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية ميني ماركت البركة مانديري وميني ماركت بوتيري جاهايا تعتمد جدا على الخدمة للمستهلكين التعود على خدمة المستهلكين مع التحية أو الترحيب، يتسم، تحيات وحماسة وإعطاء الأولوية للمستهلك الهدف المقصود ورغبات مفهوم المستهلك بحيث أنها يمكن أن تفعل أفضل الخدمات للاستمرار في استخدام أخلاقيات العمل الإسلامية التي تطبق عموما. (٦) تطبيق استراتيجية شعب (الناس) منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية ميني ماركت استخدمت استراتيجية خدمة سار مهذبا، ودية ومتواضع إلى جانب الملابس أو الزي تستخدم مهذبا وبالنسبة للموظفين الذكور يرتدون بدقة وموظفات استخدام الحجاب حتى في أي أنشطة الخدمات خلق جو من المرح وخدمات مريحة بالنسبة لغالبية المستهلكين المسلمين من خلال تشجيع الرئيسية أخلاقيات الأعمال الإسلامية. (٧) تطبيق استراتيجية الأدلة المادية (البنية التحتية المادية) منظور أخلاقيات الأعمال للإسلامة في ميني ماركت هو تقريبا نفس الاستراتيجية خدمات مرضية مثل وقوف السيارات، والإضاءة الداخلية هو مشرق والمرح جعل من الزوار يشعرون بالرضا عن الخدمات المقدمة وفقا لمبدأ الشركات الشرعية التي دائما وضع النظافة والراحة التي في النهاية المستهلك سوف تحصل على رضا بالطبع أيضا يتم التوصل نعمة في إدارة الأعمال.