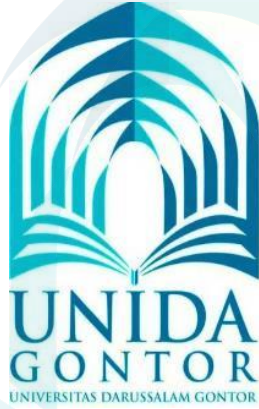


تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam Sako سراجين بمنهج
المزيج التسويقي من نظر عمر جابرا Umer Chapra في الاقتصاد
الإسلامي



إعداد:

نجوى نبلي ممتازة

٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

قسم الاقتصاد الإسلامي

كلية الاقتصاد والإدارة

جامعة دار السلام كونتور

١٤٤٦ هـ / ٢٠٢٥ م

تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam Sako سراجين بمنهج
المزيج التسويقي من نظر عمر جابرا Umer Chapra في الاقتصاد
الإسلامي

رسالة مقدمة لنيل درجة الليسانس في كلية الاقتصاد والإدارة

إعداد:

نجوى نبلي ممتازة

٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

تحت الإشراف:

ميجيو لسمانا، M.E., AWPS., CSFT.

قسم الاقتصاد الإسلامي

كلية الاقتصاد والإدارة

جامعة دار السلام كونتور

٢٠٢٥/هـ ١٤٤٦ م



UNIDA
GONTOR

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DI RESTORAN AYAM SAKO SRAGEN DENGAN PENDEKATAN *MARKETING MIX* DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF UMER CHAPRA DALAM EKONOMI ISLAM

Najwa Naili Mumtaza

422021413063

Marketing mix ditujukan agar setiap kegiatan pemasaran dapat berlangsung dengan sukses, produknya dikembangkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, diberi harga yang terjangkau, lalu didistribusikan sehingga konsumen bisa belanja dan dipromosikan melalui media yang terjangkau konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dengan pendekatan *marketing mix* dalam perspektif ekonomi Islam, dengan fokus pada Restoran Ayam SAKO Sragen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder dari literatur terkait. Hasil penelitian ini didapatkan Restoran Ayam SAKO menerapkan 4 kombinasi dari sistem marketing mix yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Berdasarkan analisis diperoleh bahwa produk dibuat dengan kualitas yang baik, terbukti telah memakai dan menggunakan bahan dan produk halal. Tidak ada unsur haram didalamnya. Restoran Ayam SAKO bisa mempertahankan cita rasa yang sama antara pusat penjualan maupun di cabang-cabang. Harga produk yang dijual telah menetapkan harga berdasarkan hasil dari perhitungan harga pokok penjualan. Pemilik Restoran Ayam SAKO membuat rencana anggaran dari berapa banyaknya biaya yang harus dikeluarkan dalam satu kali produksi. Tidak ditemukan pula unsur riba didalam transaksi. Lokasi dari sudut pandang cukup strategis, yang mana berada di lingkungan sekitar pemukiman, perkantoran, dan akses menuju ke lokasi sangat mudah. Promosi yang dilakukan dengan mengandalkan pada promosi berupa *door to door* ke beberapa instansi. Restoran Ayam SAKO juga mempromosikan produknya melalui media sosial, tanpa adanya unsur tipuan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Restoran Ayam SAKO telah menerapkan prinsip-prinsip secara islami dalam menjalankan bisnis guna menghadapi persaingan. Diantara prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan dalam melakukan persaingan yaitu, menjaga nilai-nilai islami, salah satunya dengan mewajibkan pekerja berpakaian menutup aurat, menjunjung tinggi kejujuran terhadap konsumen, bersikap konsisten pada saat memenuhi permintaan konsumen, menjaga komunikasi kepada konsumen ataupun kepada pekerja, bersikap adil dalam menentukan harga sesuai dengan kualitas produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademik dan praktis, serta menjadi sumbangan ilmiah yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Mix, Ekonomi Islam

ملخص

تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam Sako سراجين بمنهج المزيج التسويقي من نظر عمر جابرا
Umer Chapra في الاقتصاد الإسلامي

نجوى نبلي ممتازة

٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

يهدف المزيج التسويقي إلى أن يتم تنفيذ كل نشاط تسويقي بنجاح، حيث يتم تطوير المنتج حسب احتياجات المستهلك، وإعطاء سعر مناسب، ثم توزيعه بحيث يمكن للمستهلكين التسوق وترويجه من وسائل الإعلام التي يمكن للمستهلكين الوصول إليها. تهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجية التسويق بمنهج المزيج التسويقي من نظر الاقتصاد الإسلامي، مع التركيز على مطعم Ayam SAKO سراجين. أسلوب البحث المستخدم هو الأسلوب الكيفي، وجمع البيانات الأولية من المقابلة والملاحظة، وأما جمع البيانات الثانوية من البحوث تتعلق بالبحث. ونتيجة هذه الدراسة أن مطعم Ayam SAKO سراجين يطبق أربع مكونات رئيسية من المزيج التسويقي، وهي المنتج والسعر والمكان والترويج. بناءً على نتيجة تحليلها أن تصنيع المنتج جيد، ثبت استخدامه لعناصر حلال. لا يوجد فيه أي عنصر حرام. يمكن لمطعم Ayam SAKO أن يحافظ على نفس المذاق بين مطعم المركزي وفروعه. وقد تم تحديد سعر المنتج المباع بحصة السوق ونتيجة حساب تكلفة البضائع المباعة. ينشأ صاحب مطعم Ayam SAKO خطة ميزانية لمقدار الأموال التي يجب إنفاقها في إنتاج واحد. كما لا يوجد عنصر الربا في المعاملة. كان موقعه إستراتيجي، وهو في جوار المستوطنات والمكاتب والوصول إليه سهل جداً. يتم الترويج بالترويج من الباب للباب إلى بعض الوكالات، وكذلك ترويج المنتج بالوسائل التواصل الاجتماعي، بدون أي عنصر خداع. وخلاصة هذا البحث هي أن مطعم Ayam SAKO قد يطبق المبادئ الإسلامية في إدارة التجارية لمواجهة المنافسة. والمبادئ الأساسية التي أصبحت أساساً للمنافسة هي الحفاظ على القيم الإسلامية كإلزام العمال ستر العورة، والتمسك بالأمانة إلى المستهلكين، والحفاظ على الثبات في تلبية طلبات المستهلكين، والحفاظ على التواصل مع المستهلكين أو العمال، والعدل في تحديد الأسعار وفقاً لجودة المنتج. ومن المتوقع أن يقدم هذا البحث فوائد أكاديمية وعملية، ومساهمة علمية مفيدة للباحثين مستقبلاً.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، المزيج التسويقي، الاقتصاد الإسلامي

من هدى القرآن الكريم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَخْبِطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَاتَّهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾

(البقرة: ٢٧٥)

﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ﴾

(المطففين: ١-٣)

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

إقرار

بسم الله الرحمن الرحيم

أن الموقع أدناه،

الاسم : نجوى نبلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

القسم : الاقتصاد الإسلامي

الكلية : الاقتصاد والإدارة

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam SAKO سراجين بمنهج المزيغ

التسويق من نظر عمر جابرا Umer Chapra في الاقتصاد الإسلامي

أقر بأن هذا البحث عمل أصلي لي وليس جزء من كتاب منشور أو رسالة جامعة أخرى.

وإذا ثبت استقبالا أن هذا البحث منتحل، أنا مستعدة لتحمل المسؤولية وقبول أية عقوبات

أكاديمية حسب ما تنصبه لوائح الجامعة. ولن تكون المسؤولية على كلية الاقتصاد والإدارة

جامعة دار السلام كونتور.

جامعة دار السلام كونتور، ١٢ رمضان ١٤٤٦ هـ

١٢ مارس ٢٠٢٥ م

صاحب الإقرار



(نجوى نبلي ممتازة)

تقرير المشريف

سعادة عميد كلية الاقتصاد والإدارة

جامعة دار السلام كونتور

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

فبعد الاطلاع على الرسالة التي أعدها الطالبة:

الاسم : نجوى نبلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam SAKO سراجين بمنهج المزيج
التسويق من نظر الاقتصاد الإسلامي

وافق المشريف على تقديمها إلى مجلس مناقشة رسالة الليسانس.

هذا، وتفضلوا سعادتكم بقبول جزيل الشكر وفائق الاحترام.

جامعة دار السلام كونتور، ٥ رجب ١٤٤٦ هـ

٥ يناير ٢٠٢٥ م

المشرف



(ميجيو لسمانا، CSFT., AWPS., M.E.)

اعتماد العميد

بسم الله الرحمن الرحيم

تسلمت كلية الاقتصاد والإدارة بجامعة دار السلام كونتور، الرسالة التي كتبتها الطالبة:

الاسم : نجوى نيلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam SAKO سراجين بمنهج المزيج التسويقي

من نظر عمر جابرا Umer Chapra الاقتصاد الإسلامي

للحصول على درجة الليسانس في كلية الاقتصاد والإدارة في العام الجامعي

١٤٤٦هـ/٢٠٢٥م

جامعة دار السلام كونتور، ١٢ رمضان ١٤٤٦ هـ

١٢ مارس ٢٠٢٥ م

وكيل عميد كلية الاقتصاد والإدارة

(محمد كرنيا رحمن أبدي، (S.E., M.M., Ph.D.

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

تقرير لجنة مناقشة الرسالة

قامت لجنة مناقشة رسالة الليسانس في كلية الاقتصاد والإدارة جامعة دار السلام كونتور بإجراء المناقشة في:

اليوم : الأربعاء

التاريخ : ٢٦ فبراير ٢٠٢٥ / ٢٧ شعبان ١٤٤٦

فقررت بأن الطالبة المذكورة أدناه:

الاسم : نجوى نبلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam SAKO سراجين بمنهج المزيج التسويقي من نظر عمر جابرا Umer Chapra في الاقتصاد الإسلامي
قد دافع عن رسالتها أمام لجنة المناقشة وتقرر قبولها شرطا لنيل درجة الليسانس في الاقتصاد الإسلامي.

تتكون لجنة المناقشة من السادة الأساتذة:

سكرتير المناقشة

رئيس مجلس المناقشة

كاله عيشية، S.E., M.E.

الدكتور ميجيو لسمانا، M.E., AWPS., CSFT.

الفريق في امتحان الأطروحة

الممتحن الأول : الدكتور مفتي عفيف، Lc. M.A.

الممتحنة الثاني : كاله عيشية، S.E., M.E.

كلمة شكر و تقدير

الحمد لله ربّ العالمين، عدد خلقه ورضى نفسه وزينة عرشه ومداد كلماته. الشناء
والحمد إليه عز وجل، أحمده سبحانه وتعالى الذي علم الإنسان ما لم يعلم وأشكره على ما
أسدى وأنعم. أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له. وأشهد أن محمدا عبده ورسوله.
الصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلّم وعلى آله
وأصحابه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد.

فمن النعم والشكر أن تتم هذه الرسالة بقدرة الله وبعونه على مدى الأيام، ورغم
أن هذه الرسالة بعيدة من الكمال، والرجاء لتكون هذه الرسالة قطعة من علوم الله تعالى
النافعة لنفس الباحثة ولغيره. ولا تنكر الباحثة أن هذه الرسالة لن تتم بلا مساعدة مباشرة
أم غير مباشرة. ففي إتمام هذه الرسالة تود الباحثة بتقديم الشكر والاحترام إلى الذين لهم
فضل في كتابة هذا البحث، ومنهم:

١. فضيلة رؤساء معهد دار السلام كونتور للتربية الإسلامية الحديثة، وهم كياهي الحاج
حسن عبد الله سهل، الأستاذ الدكتور كياهي الحاج أمل فتح الله زركشي، M.A.
والدكتور ندوس كياهي الحاج أكرم ماريات، Dipl.A.Ed الذين قاموا بالتربية الدينية
والنفسية لإعلاء كلمات الله. وجزاهم الله خير الجزاء على حسن التربية لجميع
تلاميذهم.

٢. فضيلة رؤساء جامعة دار السلام كونتور الأستاذ كياهي الحاج الدكتور حامد فهم

زركشي، M.A.Ed., M.Phil، والدكتور عبد الحافظ بن زيد Lc., M.A، والدكتور

ستيياون بن لهري Lc., M.A، والدكتور خير الأمم M.Ec، وريان رمدي جايوسما،

Ph.D. الذين قد بذلو الجهد في التربية والتعليم في هذه الجامعة.

٣. فضيلة عميد كلية الاقتصاد والإدارة بجامعة دار السلام كونتور الأستاذ الدكتور

هرطامي مولانا، M.Sc وفضيلة رئيس قسم الاقتصاد الإسلامي الأستاذ الدكتور

مفتي عفيف، Lc. M.A.

٤. فضيلة المشرفة لهذا البحث الأستاذ ميجيو لسمانا، M.E., AWPS., CSFT. الذي

بذل أقصى جهدها في التوجيه المتواصل والإشراف في هذا البحث من بداية الكتابة

إلى نهايتها.

٥. فضيلة المحاضرين والمحاضرات في جامعة دار السلام كونتور وبالخصوص في قسم

الاقتصاد الإسلامي الذين قاموا بتمام الإرشاد، والتربية والتعليم.

٦. كما تقدمت الباحثة بكل شكر وتقدير إلى كافة أسرة الباحثة المحبوبين، خاصة

إلى والدين، أبي عبد الرحمن، وأمّي المحبوبة ميلا نفحة الحرية، أختي فطرة ضياء قرآن

وأخي محمد فوز نور عزم الذين دفعوا الباحثة إلى إتمام الدراسة في جامعة دار السلام

كونتور.

٧. أخواتي الهنونة وهنّ قمرية، اسم ليل، كألوه كيري ريتي، زيني رحمني، وإيكا نور عزيزة

في نفس الجهاد و بكل المعاونات و التشجيعات في مصيرة هذا البحث، عسى الله

أن يسهل أمورنا في الدارين

٨. بناتي العزيزات الفصل A4 الذين قد أخلصوا معاونتهن وتشجيعاتهن في مصيرة هذا

البحث ولإتمام هذه الكتابة.

٩. أسرتي الهنونات في المكتب إدارة لشؤون المالية في نفس الجهاد وبكل المعاونات

والتشجيعات في مصيرة هذا البحث، عسى الله أن يسهل جميع أمورنا

١٠. وصادقاتي العزيزات الجيل الفاضل في نفس الجهاد الذين قد أخلصوا معاونتهن

وتشجيعاتهن لإتمام هذه الكتابة.

أسأل الله أن يباركهم جميعا على دوام التوفيق، والامتياز، والنجاح. وعسى الله أن

يجعل علمي خالصا لوجهه الكريم، وأن يسدد خطانا ويحقق رجاءنا، إنه هو سميع مجيب.

حسبي الله ونعم الوكيل نعم المولى ونعم النصير، والحمد لله رب العالمين.

تحريرا بالحرم المركزي،

الباحثة



UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

(نجوى نبلي ممتازة)