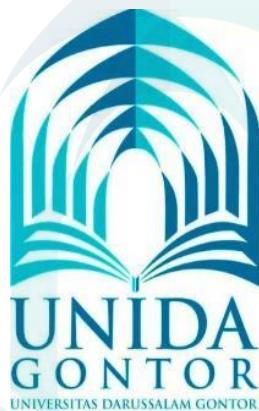


تحليل استراتيجية التسويق في مطعم *Ayam Sako* سراجين بمنهج  
المزيج التسويقي من نظر عمر جابرا *Umer Chapra* في الاقتصاد

الإسلامي



إعداد:

نجوى نيلي ممتازة

٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

UNIDA  
GONTOR  
قسم الاقتصاد الإسلامي  
كلية الاقتصاد والإدارة  
جامعة دار السلام كونتور  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

جامعة دار السلام كونتور

١٤٤٦ هـ / ٢٠٢٥ م

# تحليل استراتيجية التسويق في مطعم *Ayam Sako* سراجين بمنهج المزيج التسويقي من نظر عمر جابر *Umer Chapra* في الاقتصاد

## الإسلامي

رسالة مقدمة لنيل درجة الليسانس في كلية الاقتصاد والإدارة

إعداد:

نجوى نيلي ممتازة

٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

تحت الإشراف:

M.E., AWPS., CSFT.  
ميجيو لسمانا،

UNIDA  
GONTOR  
قسم الاقتصاد الإسلامي  
جامعة دار السلام كونتور  
كلية الاقتصاد والإدارة  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

جامعة دار السلام كونتور

م ١٤٤٦ / هـ ٢٥ / 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  
في الاقتصاد الإسلامي *Umer Chapra*

نجوى نيلي 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 واللاحظة، 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 مقدار الأموال التي يجب إنفاقها في إنتاج واحد. كما لا يوجد عنصر الربا في المعاملة. كان موقعه إستراتيجياً، 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 كإلازام العمال ست العورة، والتمسك بالأمانة إلى المستهلكين، والمحافظة 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 أكademie وعملية، ومساهمة علمية مفيدة للباحثين مستقبل.

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 يَتَخْبَطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ جَنَاحٌ ۝  
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَهُرِمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةً مِنْ رَبِّهِ  
فَأَنْهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَلِدُونَ ﴾ ط

(البقرة: ٢٧٥)

﴿ وَيْلٌ لِلْمُطْفَفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكَلُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يَخْسِرُونَ ﴾ ۝

(المطففين: ١-٣)

UNIDA  
GONTOR  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

## كلية الاقتصاد والإدارة

### إقرار

بسم الله الرحمن الرحيم

أن الموقع أدناه،

الاسم : نجوى نيلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

القسم : الاقتصاد الإسلامي

الكلية : الاقتصاد والإدارة

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم *Ayam SAKO* سراجين بنهج المزيج  
التسويق من نظر عمر جابرا *Umer Chapra* في الاقتصاد الإسلامي

أقر بأن هذا البحث عمل أصلي وليس جزء من كتاب منشور أو رسالة جامعة أخرى.  
وإذا ثبت استقبلاً أن هذا البحث منتقل، أنا مستعدة لتحمل المسؤولية وقبول أية عقوبات  
أكاديمية حسب ما تنصبه لوائح الجامعة. ولن تكون المسئولية على كلية الاقتصاد والإدارة  
جامعة دار السلام كونتور.

جامعة دار السلام كونتور، ١٢ رمضان ١٤٤٦ هـ

١٢ مارس ٢٠٢٥ م

صاحب الإقرار



(نجوى نيلي ممتازة)

The Fountain of Wisdom Economics

Head Office: Main Campus, University of Darussalam Gontor, Jl. Raya Siman, Ponorogo, East Java, 63471  
Phone: (+62352) 3574562 Website: [www.unida.gontor.ac.id](http://www.unida.gontor.ac.id), Email: [fem@unida.gontor.ac.id](mailto:fem@unida.gontor.ac.id)

تقرير المشرف

سعادة عميد كلية الاقتصاد والإدارة

جامعة دار السلام كونتور

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

فبعد الاطلاع على الرسالة التي أعدتها الطالبة:

الاسم : نجوى نيلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

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

التسويق من نظر الاقتصاد الإسلامي

وافق المشرف 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

(M.E., AWPS., CSFT.)

هـ

The Fountain of Wisdom Economics

Head Office: Main Campus, University of Darussalam Gontor, Jl. Raya Siman, Ponorogo, East Java, 63471  
Phone: (+62352) 3574562 Website: [www.unida.gontor.ac.id](http://www.unida.gontor.ac.id), Email: [fem@unida.gontor.ac.id](mailto:fem@unida.gontor.ac.id)

## كلية الاقتصاد والإدارة

### اعتماد العميد

بسم الله الرحمن الرحيم

وسلمت 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 منهج المزيج التسويقي  
من نظر عمر جابرا *Umer Chapra* الاقتصاد الإسلامي

للحصول على درجة الليسانس في كلية الاقتصاد والإدارة في العام الجامعي

٢٠٢٥/٥١٤٤٦

جامعة دار السلام كونتور، ١٢ رمضان ١٤٤٦ هـ

١٢ مارس ٢٠٢٥ م

وكيل عميد كلية الاقتصاد والإدارة

(محمد كريبا رحمن أبدى،  
(S.E., M.M., Ph.D.)

UNIDA  
GONTOR  
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 نيلي ممتازة

رقم التسجيل : ٤٢٢٠٢١٤١٣٠٦٣

عنوان الرسالة : تحليل استراتيجية التسويق في مطعم Ayam SAKO سراجين منهج المزيج  
التسويق من نظر عمر جابرا Umer Chapra في الاقتصاد الإسلامي

قد دفع عن رسالتها أمام لجنة المناقشة وقرر قبولها شرطاً لنيل درجة الليسانس في الاقتصاد  
الإسلامي.

ت تكون لجنة المناقشة من السادة الأساتذة:

سكرتير المناقشة



كاله عيشية، S.E., M.E.

رئيس مجلس المناقشة



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

الفريق في امتحان الأطروحة

المتحن الأول : الدكتور مفتى عفيف، Lc. M.A. ( \_\_\_\_\_ - M.T. )

المتحن الثاني : كاله عيشية، S.E., M.E. ( \_\_\_\_\_ - ٤٩٩ )

ز

**The Fountain of Wisdom Economics**

## كلمة شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين، عدد خلقه ورضي نفسه وزينة عرشه ومداد كلماته. الثناء والحمد إليه عز زجل، 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 محمداً عبد الله ورسوله. الصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم 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 ولغيرها. ولا تنكر الباحثة أن هذه الرسالة لن تتم بلا مساعدة مباشرة أم غير مباشرة. ففي إتمام هذه الرسالة تود الباحثة تقديم 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 آمل فتح الله زركشي، M.A. والدكتورندوس 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 ستيفاون بن هري . Lc., M.A، والدكتور خير الأمم . M.Ec. ، وريان رمديني 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 مفتى عفيف ، Lc. M.A
٤. فضيلة المشرفة لهذا البحث الأستاذ ميجيو لسمانا ، M.E., AWPS., CSFT. .
- ببذل 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، وأمي المحبوبة ميلا نفحة الحرية، أخي فطرة ضياء قرآن وأخي محمد فوز نور عزم الذين دفعوا الباحثة إلى إتمام الدراسة في جامعة دار السلام كونتور.

٧. أخواتي الهنونة وهن قمرية، اسم ليل، كالوه كيري ريتني، زيني رحمني، وإيكَا نور عزيزة في نفس الجهاد وبكل المعاونات والتشجيعات في مصيرة هذا البحث، عسى الله أن يسهل أمورنا في الدارين

٨. بناتي العزيزات الفصل A4 الذين قد أخلصوا معاونتهن وتشجيعاً لهن 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 وتشجيعاً لهن لإتمام هذه الكتابة.

أسأل الله أن يباركهم جميعاً على دوام التوفيق، والامتياز، والنجاح. وعسى الله أن يجعل علمي خالساً لوجهه الكريم، وأن يسدّد خطاناً ويحقق رجاءنا، إنه هو سميع مجيب. حسبي الله ونعم الوكيل نعم المولى ونعم النصير، والحمد لله رب العالمين.

تحريراً بالحرم المركزي،

الباحثة

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

(نجوى نيلي ممتازة)