

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm,
Kampung Sri Sawahan Kecamatan Punggur Kabupaten
Lampung Tengah)

Oleh:

Erwin Aryanto
NPM.1502040230



Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M

**STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri
Sawah Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)**

**Diajukan untuk Memenuhi Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)**

Oleh:

**Erwin Aryanto
NPM.1502040230**

**Pembimbing I : Drs.M. Saleh, M.A
Pembimbing II : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy**

**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mitra
Penyemaian Hely Seedling and Farm, Desa Sri Sawahan
Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

Nama : ERWIN ARYANTO

NPM : 1502040230

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

DISETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Drs. M. Saleh, M. A
NIP. 196501111993031001



Aulia Ranny Priyatna, M. E. Sv

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Permohonan munaqasah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh :

Nama : ERWIN ARYANTO
NPM : 1502040230
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Yang berjudul : STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mitra
Penyemaian Hely Seedling and Farm, Desa Sri Sawahan
Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqasahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro,

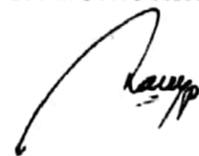
Dosen Pembimbing I



Drs. M. Saleh, M. A

NIP. 196501111993031001

Dosen Pembimbing II



Aulia Ranny Privatna, M. E. Sv

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-1937/In.28.3/D/PP.00-09/07/2021

Skripsi dengan Judul “STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling and Farm, Kampung Sri Sawahan Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)”, Disusun oleh : ERWIN ARYANTO, NPM. 1502040230, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Rabu, 16 Juni 2021.

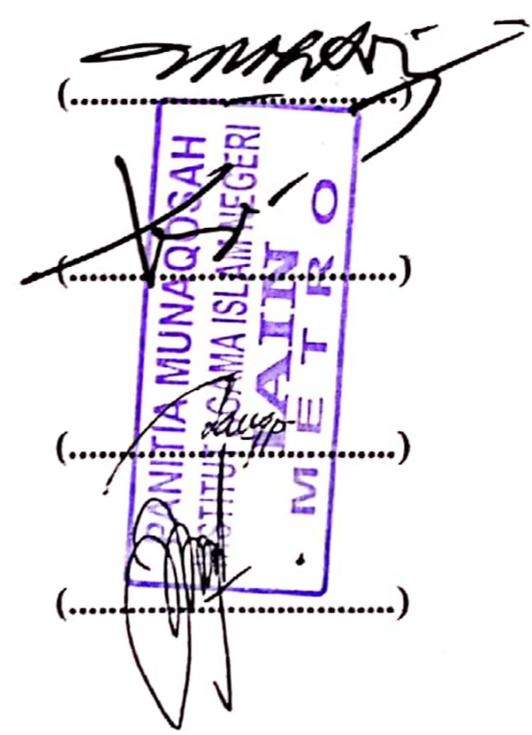
TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Drs. H. M. Saleh, MA

Penguji I : Nizaruddin, S.Ag., MH

Penguji II : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Sekretaris : Dian Oktarina, S.E., MM



Handwritten signatures and a purple stamp of the Munaqosyah Panel. The stamp is rectangular and contains the text: "MUNAQOSYAH", "INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI", "IAIN", "METRO". There are four horizontal dotted lines across the stamp, each with a signature above it.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Official stamp of the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Metro, and the signature of the Dean, Dr. Mat Jalil, M.Hum. The stamp is circular and contains the text: "KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA", "FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM", "IAIN METRO". The signature is handwritten in black ink.

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

**STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**
(Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan
Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

ABSTRAK

Oleh:
Erwin Aryanto

Berbisnis untuk mencari rezeki hendaknya sesuai dengan syari'at Islam. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat. Hely Seedling and Farm adalah UMKM yang bergerak dibidang pertanian khususnya dalam hal pembibitan. Sebagai upaya pengembangan usaha tentunya Hely Seedling and Farm memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm seharusnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Sebab itulah peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul "Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pemasaran pengembangan usaha perspektif etika bisnis Islam pada mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari pendiri sekaligus pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, kepala desa Sri Sawahan, dan empat orang petani pengguna produk Hely Seedling And Farm. Adapun sumber data sekunder didapat dari buku-buku penunjang. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan dianalisa menggunakan cara berpikir induktif.

Strategi pemasaran yang dilakukan Hely Seedling and Farm dengan menggunakan empat strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi sudah tepat dalam penerapannya, tidak melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm sudah sesuai dengan prinsip Etika Bisnis Islam seperti keadilan, menjaga kualitas produk, mengikuti perkembangan zaman, jujur, khayar, bermanfaat bagi orang banyak, ikhlas dan tulus, amanah, ikhtiar, terbuka, serta tidak mengandung unsur Riba.

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erwin Aryanto

NPM : 1502040230

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, April 2021

Yang menyatakan



Erwin Aryanto
NPM. 1502040230

MOTTO

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.¹

(QS. An-Nisaa (4): 29).

¹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah* (Jakarta:Al-Huda, 2002), 84.

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, pneliti persembahkan skripsi ini kepada :

1. Untuk kedua orangtua saya Bapak Darmawan dan Ibu Haryani yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat yang luar biasa sehingga saya sampai di titik ini. Beliau mampu mengorbankan segalanya tanpa kenal lelah agar saya bisa mendapatkan gelar sarjana.
2. Untuk adik saya Resi Juniarti dan Ervan Aprilianto, yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan kuliah.
3. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan memberikan ilmunya untuk saya. Khususnya bapak Drs.M. Saleh, M.A dan Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy selaku pembimbing.
4. Untuk pemilik Hely Seedling and Farm bapak Hely Sumanto yang telah memberikan izin saya untuk melakukan penelitian.
5. Semua mahasiswa Ekonomi Syariah khususnya ESY D yang telah memberikan dukungan.
6. Almamater Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat dan salam atas junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihiwasallam yang telah memberikan seberkas cahaya terang dan menghantarkan kita pada kerangka pembelajaran hidup yang memiliki makna sosial.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Siti Nurjanah, M.Ag.PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dharma Setiawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah .
4. Drs.M. Saleh,M.A selaku Pembimbing I, beliau dengan sabar membimbing dan memberi pengarahan ditengah kesibukannya.
5. Aulia Ranny Priyatna,M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh penelitian.

7. Bapak Darmawan dan Ibu Haryani selaku orang tua, serta teman-teman seperjuangan Esy dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini. Akhir kata peneliti selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan Ekonomi Syariah.

Metro, Maret 2020
Peneliti



Erwin Aryanto
NPM. 1502040230

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINILITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	4
D. Penelitian Relevan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	9
1. Pengertian Strategi Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
a. Produk (<i>Product</i>)	10
b. Harga (<i>Price</i>)	11
c. Tempat (<i>Place</i>)	12
d. Promosi (<i>Promotion</i>)	12

B. Pengembangan Usaha.....	13
1. Pengertian Pengembangan Usaha.....	13
2. Unsur-unsur Pengembangan Usaha.....	13
3. Jenis-jenis Pengembangan Usaha.....	15
4. Tujuan Pengembangan Usaha.....	15
C. Etika Bisnis Islam.....	16
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	16
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	17
3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	21
B. Sumber Data.....	22
C. Teknik Pengumpulan Data.....	23
D. Teknik Analisa Data.....	24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	26
1. Deskripsi Kampung Sri Sawahan.....	26
2. Deskripsi Hely Seedling And Farm.....	27
a. Sejarah Hely Seedling And Farm.....	27
b. Visi dan misi Hely Seedling and Farm.....	29
c. Struktur Organisasi Hely Seedling and Farm.....	30

B. Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha di Mitra	
Penyemaian Hely Seedling and Farm.....	32
C. Analisis Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha	
Hely Seedling and Farm PerspektifEtika Bisnis Islam.....	38

BAB V PENUTUP

A. Simpulan.....	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Izin Pra Survey
2. Balasan Pra Survey
3. Bimbingan Skripsi
4. Alat Pengumpul Data (APD)
5. Surat Tugas
6. Surat Izin Research
7. Balasan Izin Research
8. Bebas Pustaka
9. Kartu Konsultasi Bimbingan
10. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
11. Dokumentasi Research
12. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agribisnis merupakan suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan mata rantai produksi, pengelolaan hasil dan pemasaran yang berhubungan dengan pertanian secara luas.¹ Usaha agribisnis memiliki kecenderungan menuntut untuk dikembangkan menjadi usaha dengan orientasi profit/keuntungan. Dengan demikian hasil pertanian memegang peranan penting dalam menunjang pembangunan perekonomian.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sudah banyak sekali berdiri di Indonesia. Bidang UMKM banyak ditemui di masyarakat, salah satunya dibidang pertanian. Dalam pertanian tidak hanya petani yang berperan di dalamnya, salah satunya penyedia jasa pembibitan. saat ini sudah banyak masyarakat yang membuka peluang usaha dibidang pertanian dengan membuka UMKM yang berfokus pada pembibitan.

Para petani membutuhkan bibit yang berkualitas, terjamin dan terjangkau dibandingkan dengan melakukan pembibitan sendiri secara konvensional yang memiliki banyak sekali resiko terhadap kualitas bibit. Akan lebih efisien jika membeli sebuah produk dari jasa pembibitan yang sudah terjamin akan kualitas bibitnya. Berdasarkan kebutuhan para petani itulah Hely Sumanto mendirikan sebuah UMKM yang bernama Hely Seedling and Farm di kampung Sri Sawahan kecamatan Punggur kabupaten

¹ Muhamad Firdaus, *Manajemen Agribisnis* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), 6.

Lampung Tengah. Berbekal ilmu dan pengalaman dibidang pertanian beliau berhasil mendirikan UMKM ini.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan.

Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.² Strategi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan kajian bauran pemasaran yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.

Hely Seedling and Farm menyediakan beberapa bibit varietas sayuran dan rempah yang siap tanam dan tentu kualitasnya merupakan kualitas super dengan beberapa tahapan pembibitan profesional. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm hanyalah promosi dari mulut ke mulut dan pengenalan melalui paguyuban petani yang Ia ikuti.

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi* Edisi 1, Cet.7 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2004), 168.

Melalui teman dan rekan-rekan petani dan bisnisnya, beliau mengenalkan produk-produk dari Hely Seedling and Farm hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut hingga meluas ke berbagai daerah.³

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yaitu mereka menyebutnya sistem jemput bola, yang artinya mereka mendekati calon konsumen dengan memberikan pendampingan dan bimbingan dalam hal pembibitan. Dengan begitu terbukti banyak petani yang menjadi pelanggan setia Hely Seedling and Farm. Tidak hanya sampai di situ, Hely Seedling and Farm juga melakukan promosinya dengan cara *word of mouth* (mulut ke mulut) melalui paguyuban petani, pusat sayuran, dan juga melalui akun sosial media seperti Facebook.⁴

Berbisnis untuk mencari rezeki hendaknya sesuai dengan syari'at Islam. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis maka praktek bisnis harus menjalankan aktivitas persaingan yang sehat.⁵ Sebagaimana Firman Allah SWT:

تَكُونَنَّ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوًا تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ
 أَيُّهَا يَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ. أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرْضَى عَنْ.
 تِجَارَةَ

³ Wawancara dengan Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm 6 Januari 2020.

⁴ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 6 Januari 2020.

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 250.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁶

(QS. An-Nisaa (4): 29)

Ayat di atas menjelaskan bahwasannya di dalam melakukan aktivitas perekonomian hendaklah dilakukan dengan jalan yang benar, yakni tidak melakukan suatu hal yang menguntungkan diri sendiri sementara merugikan orang lain. Berbisnis haruslah dilakukan dengan jujur dan tawakal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka pertanyaan penelitian adalah “Bagaimana Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)?”.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah* (Jakarta:Al-Huda, 2002), 84.

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, dan dapat memberikan arahan terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah; “Untuk mengetahui strategi pemasaran pengembangan usaha perspektif etika bisnis Islam (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)”.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang strategi pemasaran sehingga memberikan manfaat bagi pembangunan ilmu pengetahuan dibidang bisnis serta menambah kajian dan pengetahuan tentang strategi pemasaran.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan bagi Hely Seedling and Farm dalam menerapkan manajemennya, cara mengatasi kendala, dan menghadapi persaingan dengan UMKM lain.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.⁷ Berdasarkan penelusuran yang penelitian lakukan terhadap karya ilmiah

⁷ LP2M, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 39.

yang sebelumnya, bahwa peneliti menemukan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan strategi pemasaran.

Penelitian dalam skripsi oleh Liyan Adi Sagita yang berjudul “Strategi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan 15a Iring Mulyo).” Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh kedai thai tea yang ada di kelurahan 15a Iring Mulyo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran thai tea yang dilakukan di kelurahan 15 A Iring Mulyo tersebut secara garis besar sesuai dengan etika bisnis Islam, terlihat adanya kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Akan tetapi, ada salah satu prinsip dalam etika bisnis Islam yang belum diterapkan pedagang thai tea di kelurahan 15 A Iring Mulyo yaitu kejujuran. Bahan yang digunakan untuk membuat thai tea tidak asli dari thai tea Thailand. Namun, sudah dicampur dengan bahan thai tea buatan walaupun rasa thai tea tersebut sama dengan yang asli.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Ambaryati Hartati yang berjudul “*Endorsement* sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro)”. Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran *Endorsement* yang dilakukan oleh Hayu Olshop Metro. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ambaryati Hartati ialah strategi pemasaran Hayu Olshop menggunakan dua jenis endoser yaitu jenis testimonial adalah tokoh yang berasal dari kalangan orang biasa yang dianggap netral untuk

⁸ Liyan Adi Sagita, Skripsi: “*Strategi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan 15A Iring Mulyo)*” (Metro: IAIN Metro, 2019), 55.

menyampaikan keunggulan produk, dan jenis endoser *accessivist* adalah penggunaan tokoh yang memiliki keunikan pada bidang tertentu. Namun dalam aktivitas endorsement pada Hayu Olshop masih terdapat penyimpangan etika bisnis Islam, karena masih terdapat selebgram yang kurang jujur saat melakukan kegiatan promosi di media sosial. Selebgram tersebut tidak jujur dalam memberikan review produk kepada konsumen.⁹

Penelitian oleh Martikawati yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Toko Sepeda Sinar Surya)”. Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen pada toko sepeda Sinar Mulya. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Toko Sepeda Sinar Surya dengan menggunakan empat strategi yaitu strategi produk, stretegi harga, strategi tempat atau distribusi dan strategi promosi sudah tepat dalam penerapannya tidak melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dalam keempat strategi tersebut yang menjadi kelebihan dan perbedaan yang menonjol Toko Sepeda Sinar Surya dengan Toko sepeda lainnya yang ada dipasar Metro adalah strategi produk yaitu jasa *service* yang hanya dimiliki oleh Toko Sepeda Sinar Surya. Dengan adanya jasa *service* membuat *spare parts* yang dijual oleh Toko Sepeda Sinar Surya laku karena apabila dalam melakukan *service* membutuhkan ganti *spare parts* maka dengan begitu mendapat dua keuntungan sekaligus

⁹ Ambaryati Hartati, Skripsi: “*Endorsement sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro)*” (Metro: IAIN Metro, 2019), 59.

dari jasa *service* dan jual *spare parts* yang dibutuhkan dalam melakukan *service*.¹⁰

Persamaan penelitian dari beberapa judul di atas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama menggunakan teori bauran pemasaran sebagai alat untuk membedah permasalahannya, sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian. Objek Penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu UMKM Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Liyan Sagita objek penelitiannya adalah pedagang thai tea di 15A Iring mulyo Metro, penelitian oleh Ambaryati Hartati objek penelitiannya adalah Hayu Olshop Metro, dan penelitian oleh Martikawati objek penelitiannya adalah toko sepeda Sinar Surya.

¹⁰ Martikawati, Skripsi: “*Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Toko Sepeda Sinar Surya)*” (Metro: IAIN Metro, 2019), 49.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari *marketing mix*, produk, distribusi, promosi, dan harga.¹

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.²

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasi, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.³

Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang di manajemen sedemikian rupa

¹ Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:CV.Budi Utama, 2020), 22.

² *Ibid.*, 23.

³ Moh Rusdi, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya," JSMB Vol. 6/Februari 2019, 51.

oleh individu maupun kelompok untuk menyalurkan dan mempromosikan suatu produk agar tersampaikan kepada konsumen demi terpenuhinya kebutuhan produsen dan konsumen yang memenuhi sasaran individu maupun kelompok, dengan tidak mengabaikan bagaimana agar dapat bersaing di dalam pasar.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

a. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁴

Strategi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu:⁵

1) Penentuan Logo dan Motto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo ataupun motto harus dirancang dengan benar, pertimbangan pembuatan logo dan motto yaitu; logo dan motto harus menarik dan mudah diingat

2) Menciptakan Merek

Merek produk merupakan suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu produk tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Tidak

⁴ Mohammad Ato'illah, "Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk", Jurnal WIGA Vol. 5 No. 1, Maret 2015, 3.

⁵ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Prenada Media, 2003), 78.

lupa harus memperhatikan faktor-faktor dalam menciptakan merek agar lebih menarik merek harus mudah diingat, terkesan hebat dan modern serta menarik perhatian konsumen.

3) Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, penciptaan kemasanpun harus memenuhi berbagai persyaratan seperti kualitas kemasan, bentuk dan warna dari kemasan tersebut.

4) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang di lekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakan, waktu kadaluarsa dan informasi lainnya.

b. Harga (*price*)

Sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.⁶ Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Penetapan harga dan

⁶ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), 109.

persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

c. Tempat (*Place*)

Strategi distribusi penting untuk menentukan bagaimana mencapai target pasar dan bagaimana untuk menyelenggarakan fungsi-fungsi distribusi yang berbeda-beda. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi adalah:

1) Pertimbangan pembeli atau faktor pasar

Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah menggunakan suatu pendekatan distribusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembelian. Juga perlu dipertimbangkan sasaran pelanggan apakah sasaran pasar konsumen atau pasar industri. Lokasi geografis dan ukuran pasar juga penting dipertimbangkan.

2) Faktor produsen atau pertimbangan pengawas dan keuangan

Produsen yang memiliki sumber daya keuangan, manajerial dan pemasaran yang besar dapat lebih baik menggunakan saluran langsung. Sebaliknya perusahaan kecil dan menengah sebaiknya menggunakan jasa perantara.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik harga, produk, maupun distribusi. Dalam

kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.⁷

B. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.⁸

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat dipahami bahwa pengembangan usaha adalah suatu upaya yang terorganisasi untuk meningkatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Unsur-unsur Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada dua unsur yaitu:

⁷ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 67.

⁸ Widaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan* (Malang: Polinema Press, 2018), 90.

a. Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)

Adapun sebab yang mempengaruhi pihak internal adalah adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar, mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain-lain, dan membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

b. Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)

- 1) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
- 2) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
- 3) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik/kondusif untuk usaha.
- 4) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui.
Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.

- 5) Cakupan jajaran produk, suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi yang memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja.⁹

3. Jenis-jenis Pengembangan Usaha

Secara umum pengembangan usaha dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Pengembangan vertikal

Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.

b. Pengembangan horizontal

Pengembangan horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara line produk tidak memiliki hubungan dengan bisnisnya.¹⁰

4. Tujuan Pengembangan Usaha

Adapun tujuan pengembangan usaha diantaranya :¹¹

- a. Membantu wirausahawan berorientasi ke masa depan dalam pengembangan usaha.
- b. Meningkatkan akses pasar dan memperbesar pangsa pasar dalam pengembangan usaha.

⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Etics, Mengacu pada Al-Quran dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 193-196.

¹⁰ Ahmad Subagyo, *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi* (Jakarta:Gramedia, 2008), 56.

¹¹ *Ibid*

- c. Meningkatkan akses sumber modal usaha dan memperkuat struktur modal.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga bisa diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.¹²

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal-hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Membicarakan etika bisnis Islam adalah menyangkut “*Business Firm*” dan atau “*Business Person*”, yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan.¹³

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.¹⁴

¹² *Ibid*, 28

¹³ *Ibid*, 35

¹⁴ Ahmad Hulaimi, Sahri, Moh. Huzani, “Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi,” *JEBI* Vol.2 No.1/Januari-Juni 2017, 4.

Etika bisnis Islam merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman di dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadis Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim.¹⁵

Jadi etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.

Sebagaimana Firman Allah SWT:

تَكُونَنَّ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ الْكُمُ أَمْوًا تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا
 يَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ. أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَ مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ .
 تِجَارَةَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar),

¹⁵ Galuh Anggraeny, ” Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta,” *Academica* Vol. 1 No. 2/Juli-Desember 2017, 235.

kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁶

(QS. An-Nisaa (4): 29).

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa dalam berbisnis Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa *responsibility* yang tinggi. Maka dengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman dan akhlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:¹⁷

a. Keadilan

Berlaku adil adalah hal yang harus dimiliki seorang pengusaha agar sukses dunia akhirat.

b. Menjaga Kualitas Produk

Sebagai seorang pemasar yang baik, tentu kita harus memberikan spesifikasi barang yang sesuai dengan kualitasnya.

c. Sadar Dengan Perkembangan Zaman

Pandai dalam melakukan perubahan adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis sehingga mereka dapat

¹⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah* (Jakarta: Al-Huda, 2002), 84.

¹⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006) 67.

mengikuti perkembangan pasar bisnis tanpa melanggar aturan *fiqih muamalah* jual beli yang sudah ditetapkan

d. Jujur Dalam Mengukur Kualitas Dan Kuantitas

Sebagai umat muslim kita diajarkan untuk jujur dalam memberikan keterangan suatu barang, baik dari kualitas dan kuantitasnya

e. *Khiyar* Dalam Jual Beli

Membangun hubungan dengan pelanggan adalah hal yang harus dilakukan oleh pebisnis, di dalam Islam sudah di ajarkan bahwa pembeli adalah seorang raja. Oleh sebab itu sebagai seorang pebisnis, kita harus mampu memasarkan dan memberikan tanggapan kepada pelanggan dengan cara yang baik dan benar.

f. Fungsi dan Manfaat

Ketika kita ingin memasarkan suatu barang, pastikan jika barang tersebut memberikan manfaat bagi pelanggan. Dan tentu manfaat tersebut harus sesuai dengan tujuan hidup menurut islam.

g. Memasarkan Barang Dengan Ikhlas dan Tulus

Memasarkan suatu barang adalah iktiar dalam berbisnis, dan tentu hal ini harus dilandasi adanya perasaan yang jujur dan tulus ataupun ikhlas agar mampu menghasilkan rezeki yang barokah.

h. Amanah

ketika memasarkan barang kita harus mampu menjaga kepercayaan seorang pelanggan dalam memberikan keterangan atau spesifikasi. Berikan keterangan kualitas barang dengan jelas dan sesuai atau apa adanya.

i. Berusaha atau Ikhtiar

Seorang pedagang harus semangat dalam memasarkan barangnya. Karena didalam islam kita harus bisa menghindari rasa putus asa. Ikhtiar juga dilakukan untuk terus menjaga nama baik, menjaga kualitas produk dan bahkan menjaga kesan dari pelanggan.

j. Ada Keterbukaan Pada Pelanggan

Dalam memasarkan suatu barang kita harus memiliki keterbukaan dalam menjual barang. Baik terbuka tentang jenis barang, kualitas barang dan tujuan penggunaan barang tersebut.

k. Tidak Memasarkan Riba

Dalam melakukan pemasaran barang sebagai umat muslim kita tidak diperkenankan untuk memasarkan barang atau transaksi yang mengandung macam-macam riba.¹⁸

¹⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006) 67.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat kelapangan untuk mengadakan penelitian tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Perihal demikian, maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan-berperanserta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara.¹

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah “menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan lataralamiah dengan maksud menafsirkan fenomena

¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.²

Dari beberapa pendapat di atas, deskriptif kualitatif dalam penulisan skripsi ini adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan atau menguraikan hasil wawancara dengan perbandingan pustaka yang ada.

B. Sumber Data

Data adalah sesuatu yang dapat disajikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta yang disajikan bahan untuk menyusun informasi.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkap, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.³ Data primer dalam penelitian ini terdiri dari pendiri sekaligus pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, kepala desa Sri

² *Ibid*

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 129.

Sawah , dan tiga orang petani pengguna produk Hely Seedling And Farm.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkannya, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.⁴ Sumber data sekunder diperoleh berupa buku yang berkaitan dengan penelitian diantaranya tentang strategi pemasaran.

Penelitian ini berusaha menguak fenomena secara apa adanya dan banyak menganalisis data-data primer yang berasal dari sumber hidup (orang, fenomena yang diteliti), sedangkan sumber-sumber tertulis hanya sebagai pelengkap. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah arsip letak geografis UMKM Hely Seedling and Farm, gambaran umum UMKM Hely Seedling and Farm, pegawai Hely Seedling and Farm, pendiri sekaligus pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, dan buku-buku penunjang.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Untuk memudahkan dalam mengetahui kondisi yang diinginkan, maka peneliti menggunakan metode wawancara. Metode *interview* atau wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara

⁴ Marfalias, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 57.

penulis dan responden.⁵ Sedangkan, bentuk *interview* penulis menggunakan *interview* terstruktur, yaitu wawancara yang memuat pertanyaan secara terperinci yang akan ditanyakan.⁶

Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung yaitu wawancara dengan bapak Hely Sumanto sebagai pemilik Hely Seedling and Farm, bapak Mahmud Samsudin selaku kepala desa Sri Sawahan serta empat orang petani yaitu bapak Ruji, ibu Salimah, dan ibu Darmin yang menggunakan produk Hely Seedling And Farm.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden, seperti yang dilakukan oleh seorang psikolog dalam meneliti perkembangan seorang klien melalui catatan pribadinya. Dokumentasi yang diperlukan dalam pengumpulan data, adalah dokumen-dokumen atau catatan dan juga buku-buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran.⁷

D. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi

⁵ W. Gulo, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta, PT. Grafindo, 2005), 119.

⁶ *Ibid*, 120.

⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 248.

satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁸

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian sehingga untuk menganalisisnya dipergunakan cara berpikir induktif. Teknik analisa data dilakukan melalui beberapa tahapan yang telah ditentukan yakni identifikasi, klasifikasi dan selanjutnya di interpretasikan dengan cara menjelaskan secara deskriptif. Metode berpikir induktif yaitu bertitik tolak dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa tersebut ditarik generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁹

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm dalam mengembangkan usahanya. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dari buku-buku dan juga dokumen-dokumen.

⁸ *Ibid*

⁹ *Ibid*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Kampung Sri Sawahan, kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah

Kampung Srisawahan terletak di kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah. Sejarah kampung Srisawahan pada awalnya di rintis pada bulan Februari tahun 1955, sebelum menjadi daerah pemukiman daerah ini merupakan hutan rimba dan hutan muda. Jumlah penduduk saat pertama kali dibuka berjumlah 57 kepala keluarga dan kemudian pada tahun 1957 bertambah menjadi 197 kepala keluarga yang kemudian disahkan oleh pemerintah pada tanggal 29 September 1957 yang diberi nama Kampung Sri Sawahan.

Kampung Sri Sawahan memiliki arti yaitu Sri; Padi, Sawahan; Daerah Sawah. Kampung Sri Sawahan juga berarti pengharapan warga kampung Sri Sawahan yaitu menjadikan kampung Sri Sawahan sebagai sumber penghasilan padi dari sawah yang merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia. Kata Sri Sawahan juga dapat diartikan sebagai rejeki yang berasal dari sawah.

Letak geografis kampung Sri Sawahan di sebelah Utara berbatasan dengan kampung Saptomulyo, sebelah Selatan dengan Lampung Timur / Kota Metro, sebelah Barat dengan kampung Badrasnsari, dan di sebelah Timur berbatasan dengan kampung Sritejo Kencono. Luas wilayah

kampung Sri Sawahan secara keseluruhan yaitu 529,6 Ha yang terbagi atas beberapa area yaitu area pemukiman 105 Ha, pertanian sawah 265 Ha, ladang/tegalan/kebun 135 Ha, serta sarana umum dan lainnya 24,6 Ha. Saat ini kampung Srisawahan memiliki 723 kepala keluarga dengan jumlah laki-laki 1223 orang dan jumlah perempuan 1213 orang.⁵

2. Deskripsi Hely Seedling and Farm

a. Sejarah Hely Seedling and Farm

Hely Seedling and Farm adalah UMKM yang bergerak di bidang pertanian khususnya melakukan pembibitan untuk kemudian dijual kepada petani diberbagai daerah. Hely Seedling and Farm terletak di desa Srisawahan Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah.

Hely Sumanto berlatar belakang sebagai seorang petani, dengan segudang pengalaman di dunia bisnis melihat sebuah peluang usaha yang menjanjikan di dunia pertanian khususnya dibidang penyemaian, pada saat itu di tahun 2018 didirikanlah sebuah usaha penyemaian bibit di desa Srisawahan kecamatan Punggur kabupaten Lampung Tengah.

UMKM ini pada awal mula berdirinya tidak terlepas dari kebutuhan para petani. Banyak petani yang melakukan proses penanaman sebuah varietas yang nantinya diharapkan dapat dipanen setelah masanya mengalami kesulitan bahkan mulai tahap awal yaitu

⁵ Arsip Balai Desa Sri Sawahan kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah

pembibitan atau penyemaian. Dalam hal penyemaian tidaklah mudah, banyak sekali gangguan yang mungkin dapat merusak bahkan menggagalkan penyemaian itu sendiri, seperti halnya gangguan hama seperti semut yang dapat membawa biji dari varietas yang di semaikan sehingga banyak penyemaian bibit yang gagal, dengan begitu petanipun merugi.

Berangkat dari permasalahan para petani tersebut, Hely Sumanto pada tahun 2018 tepatnya di bulan November mendirikan sebuah usaha yang bernama Hely Seedling and Farm. Awal mula mendirikan UMKM ini tidaklah mudah, beliau harus mengalami beberapa kegagalan sebelumnya di beberapa bisnis yang Ia tekuni dulunya. Bahkan bisa dibilang tanpa modal sepeserpun, beliau mendirikan usaha ini atas dasar kepercayaan dari beberapa orang yang membantunya dalam hal modal.⁶

Kemudian usahanya berkembang pesat, sampai dengan saat ini memiliki puluhan karyawan tetap dan puluhan karyawan *freeline* dari pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar tempat usahanya. Bahkan penjualan produk dari Hely Seedling and Farm ini telah masuk ke berbagai daerah di Lampung bahkan telah mencapai luar provinsi seperti misalnya Sumatera Selatan.

⁶ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

b. Visi dan Misi Hely Seedling and Farm

1. Visi

Mewujudkan usaha pembibitan Hely Seedling and Farm yang unggul yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dan ekologi.

2. Misi

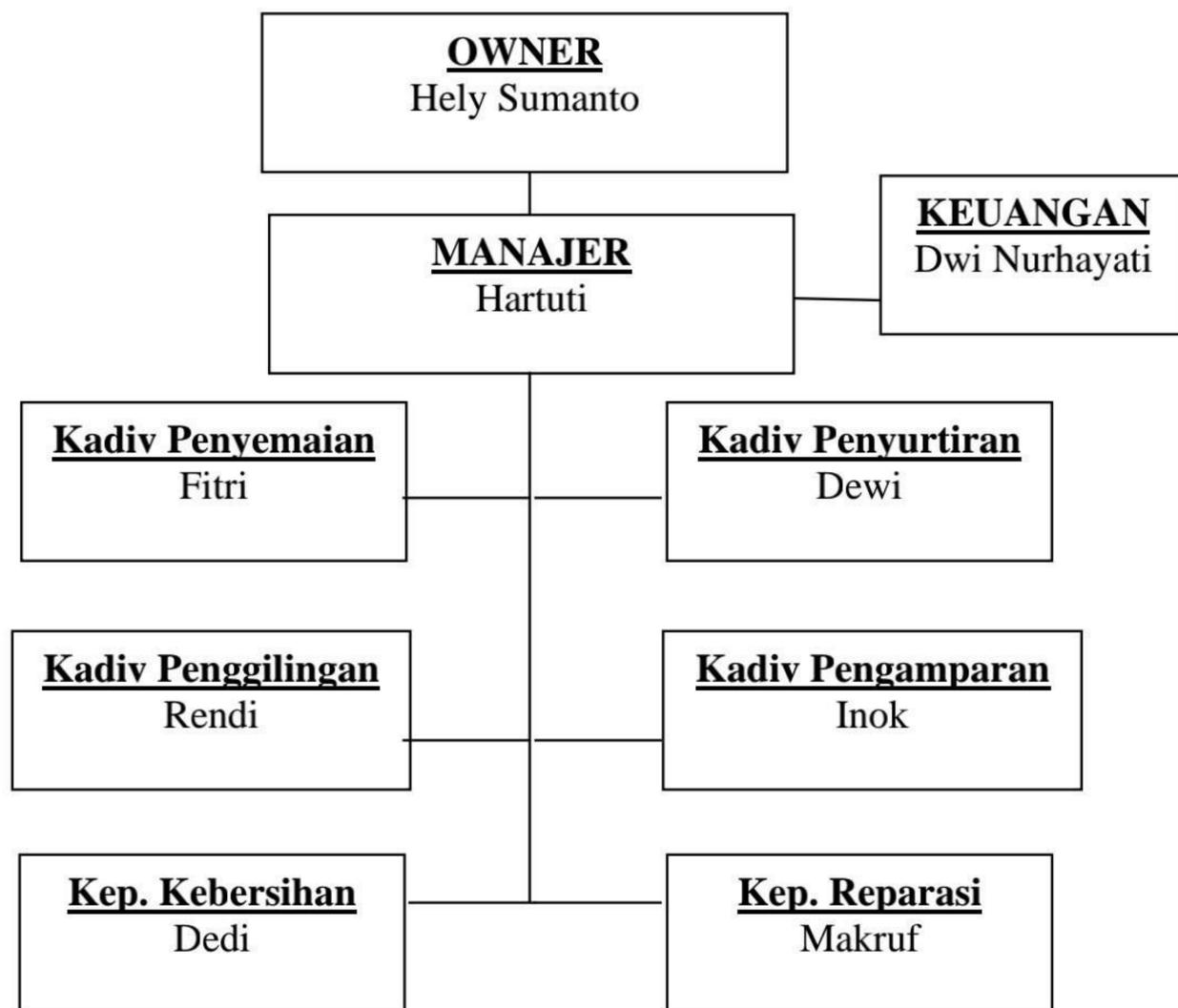
Dalam usaha mencapai visi maka diperlukan misi yang tepat, adapun misi Hely Seedling and Farm sebagai berikut:

- a) Menumbuh kembangkan kelompok petani dan masyarakat dibidang pertanian.
- b) Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.
- c) Menjalin hunungan baik kepada masyarakat dan pejabat setempat.
- d) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dibidang pertanian dan turunannya.⁷

⁷ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

c. Struktur Organisasi Hely Seedling and Farm

Adapun struktur organisasi UMKM Hely Seedling and Farm adalah sebagai berikut:



Hely Seedling and Farm memiliki struktur organisasi yang sederhana. Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi adalah sebagai berikut:

1. Owner

Tugas dan wewenangnya adalah:

- a. Mengatur dan mengontrol jalannya operasional dan transaksi yang ada di dalam toko.
- b. Bertanggung jawab atas semua kekayaan, kewajiban, hutang piutang, dan beban-beban dari operasional perusahaan.

2. Manajer

Tugas manajer adalah:

- a. mengarahkan, memimpin, dan mengoordinir karyawan dalam kegiatan produksi untuk mencapai tujuan.
- b. Melakukan pengembangan terhadap perusahaan.

3. Bagian keuangan

Tugasnya yaitu:

- a. Menerima uang hasil penjualan harian.
- b. Mengelola sistem pembayaran gaji karyawan.
- c. Melakukan pembayaran atas nota pembelian ke pemasok.
- d. Membuat laporan keuangan harian.

4. Kadiv Penyemaian

Tugas Kadiv penyemaian adalah mengontrol dan mengatur bagian divisi penyemaian agar dapat mencapai target banyaknya benih yang disemaikan mulai dari harian, mingguan, dan bulanan. Selain itu juga mengatur jumlah masing-masing varian yang harus disemaikan sesuai target yang telah ditentukan.

5. Kadiv Pengampanan

Tugas Kadiv pengampanan adalah mengatur dan mengelola lokasi untuk tempat diletakkannya bibit yang sudah divermentasi. Selain itu juga mengawasi benih yang divermentasi mulai dari awal vermentasi hingga siap untuk diletakkan ditempat pengampanan.

6. Kadiv Penyurtiran

Tugas Kadiv penyurtiran adalah mengatur jalannya kegiatan penyurtiran atau pemilahan bibit yang layak untuk dijual atau tidak layak untuk dijual.

7. Kadiv Penggilingan

Kadiv penggilingan bertugas mengontrol dan mengelola bagian pembuatan pupuk kompos.

8. Kebersihan

Tugas Kadiv kebersihan adalah menjaga selalu kebersihan keseluruhan lokasi Hely Seedling and Farm.

9. Reparasi

Bagian reparasi bertanggung jawab atas perbaikan atau pengadaan alat dan bangunan yang ada di Hely Seedling and Farm.⁸

B. Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha di Mitra Penyemaian Hely Seedling and Farm

Strategi Pemasaran Hely Seedling and Farm yang berlokasi di kampung Sri Sawahan. Hely Seedling and Farm memiliki banyak reseller dan satu cabang yang terletak di Pekalongan Lampung Timur. Banyak sekali pesaing yang bergerak dibidang yang sama, akan tetapi hanya sedikit yang benar-benar lengkap dalam hal prosedur pembibitan mulai dari tahap awal sampai dengan terbentuknya sebuah bibit yang siap tanam.

⁸ Dokumen perusahaan Hely Seedling and Farm

Hely Seedling and Farm salah satu tempat pembibitan yang lengkap, sehingga untuk daerah Punggur dan sekitarnya Hely Seedling menjadi pemasok ke berbagai UMKM pembibitan lainnya. Konsumen Hely Seedling and Farm tidak hanya berasal dari Lampung saja akan tetapi dari luar Lampung juga seperti Sumatra Selatan dan Jawa Timur, biasanya mereka memesan bibit dalam jumlah yang banyak. Dengan begitu omset rata-rata Hely Seedling perbulannya dapat mencapai Rp. 350.000.000. Tujuan lain dari Hely Seedling and Farm selain untuk mencari keuntungan adalah melakukan pemberdayaan masyarakat, khususnya masyarakat kampung Sri Sawahan, kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah.⁹

UMKM yang satu dengan yang lainnya tidaklah menganggap mereka itu bersaing akan tetapi saling merangkul antara satu dengan yang lainnya bahkan banyak usaha yang bergerak dibidang yang sama malah menjadi reseller dari Hely Seedling and Farm, artinya mereka saling bekerja sama. Dengan banyaknya usaha yang sama di berbagai tempat maka akan tercipta pasar yang stabil dikarenakan semakin banyak tempat pembibitan maka akan semakin besar peluang pemasarannya.¹⁰

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yaitu mereka menyebutnya sistem jemput bola, yang artinya mereka mendekati calon konsumen dengan memberikan pendampingan dan

⁹ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

¹⁰ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

bimbingan dalam hal pembibitan. Dengan begitu terbukti banyak petani yang menjadi pelanggan setia Hely Seedling and Farm. Tidak hanya sampai di situ, Hely Seedling and Farm juga melakukan promosinya dengan cara *word of mouth* (mulut ke mulut) melalui paguyuban petani, pusat sayuran, dan juga melalui akun sosial media seperti Facebook.¹¹

Word of Mouth Marketing (WOMM) atau pemasaran dari mulut ke mulut merupakan suatu fenomenan perbincangan dari individu satu ke individu lainnya atau komunikasi berantai yang menyebar begitu cepat disampaikan dari mulut ke mulut dalam konteks pemasaran.¹²

Pemasaran produk Hely Seedling and Farm saat ini sudah cukup jauh, untuk daerah Lampung selain petani lokal kampung Sri Sawahan dan sekitarnya pemasaran Hely Seedling and Farm sudah sampai ke beberapa tempat seperti pesawaran, Kalianda, dan Liwa. Tidak hanya di daerah Lampung saja akan tetapi sampai ke luar Lampung misalnya ke Palembang, Bengkulu, dan Jawa Timur.¹³ Pemesanan yang dilakukan dari luar daerah bisa melalui via *whatsapp* dan untuk pengiriman nantinya akan dikirimata mereka mengambil sendiri setelah 25 hari dari awal pembibitan produk yang merekapesan dan dikirim menggunakan mobil *pick up* tentunya setelah dilakukan beberapa persiapan mulai dari pemilahan bibit sampai dengan surat jalan.

¹¹ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Pertama* (Yogyakarta: Bayu Media, 2006),236.

¹³ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

Pasokan benih yang didapatkan oleh Hely Seedling and Farm didapatkan dari berbagai produsen benih dan yang paling banyak dipasok dari Panah Merah dan Bintang Asia.¹⁴ Panah Merah adalah suatu merek dagang benih sayuran yang diproduksi oleh PT.East West Seed Indonesia (EWINDO) Terletak di Kabupaten Purwakarta Provinsi Jawa Barat. Adapun produk yang ada di Hely Seedling and Farm seperti bibit Terong; Yuvita, Hitavi, Micano, Kenari, Propita. Kemudian ada juga Cabe Besar; Ck.Jos, Solusi, Akar, Laba, Lado, Laju. Cabe Rawit; Rawit ijo, Rawit putih, Sigantung, Pecita. Tomat; Servo, Gustavi. Daun Bawang, Seledri, Pepaya kalifornia, Media tanam, dan Pupuk kompos.¹⁵

Kualitas unggul yang dimiliki Hely Seedling and Farm, membuat masyarakat tidak segan untuk mengeluarkan biaya yang sedikit lebih mahal dari tempat lain, dan bibit yang paling sering dibeli oleh konsumen adalah cabe besar varietas yupita. Pelayanan yang dimiliki oleh karyawan Hely Seedling sangat baik, ini juga berpedoman pada strategi pemasaran mereka yang membangun hubungan emosional dengan petani. Harga yang ditetapkan oleh Hely Seedling and Farm sesuai dengan kualitasnya yang unggul dan masih dalam harga pasaran sehingga konsumen tidak keberatan dengan harga yang ditetapkan oleh Hely Seedling and Farm.¹⁶

¹⁴ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

¹⁵ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

¹⁶ Bapak Ruji sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

Banyak petani setelah menggunakan produk Hely Seedling and Farm merasa puas dan masalah mereka terpecahkan. Sebelum menggunakan produk Hely Seedling and Farm, petani banyak yang menggunakan cara pembibitan mandiri. Banyak petani bermasalah dengan hal tersebut misalnya seperti bibit yang kualitasnya jelek, benih gagal tumbuh, dan benih yang dimakan oleh serangga. Banyak konsumen yang mengenal produk Hely Seedling and Farm dari promosi yang dilakukan Hely Seedling and Farm dengan cara pendekatan emosional yang diwujudkan dalam pembinaan masyarakat tani. Jika ada petani yang menginginkan bibit lain maka dapat mengajukan pembibitan bibit tersebut di Hely Seedling and Farm dengan perjanjian tertentu.¹⁷

Hely Seedling and Farm sudah memiliki banyak pelanggan setia, salah satunya Tarmizi Attaha yang sudah 2 tahun menjadi pelanggan dari Hely Seedling and Farm. Bapak Tarmizi Attaha merupakan konsumen yang berasal dari Liwa. Selain kualitas produk hal lain menjadi alasan mengapa Pak Ruji menjadi pelanggan setia yaitu pelayanan dari karyawan yang baik dan hangat. Sebelum menggunakan produk Hely Seedling and Farm, bapak Tarmizi melakukan pembibitan sendiri yang hasilnya kurang maksimal.¹⁸

Sebelum menggunakan produk Hely Seedling and Farm, mereka menggunakan bibit dari pembibitan yang ada di pekalongan. Harga yang

¹⁷ Ibu Darmin sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

¹⁸ Bapak Tarmizi Attaha sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm. Wawancara pada tanggal 16 April 2020.

ada di Hely Seedling and Farm tidak jauh berbeda dengan tempat lainnya, masih dalam harga pasaran. Banyak juga konsumen yang memilih produk dari Hely Seedling and Farm karena direkomendasikan oleh konsumen lainnya. Petani mendapatkan informasi mengenai Hely Seedling and Farm yakni dari promosi berupa pendampingan, dari mulut ke mulut, dari persatuan petani, dan dari Facebook.¹⁹

Pengaruh adanya Hely Seedling and Farm, berdampak positif terhadap masyarakat setempat karena dengan pemberdayaan masyarakat petani oleh Hely Seddling and Farm dapat membantu masyarakat setempat dalam hal perekonomian sehingga masyarakat menjadi sejahtera. Tentunya dengan begitu juga membantu kemajuan kampung Sri Sawahan baik secara langsung maupun tidak langsung dan sama sekali tidak ada pihak yang dirugikan.²⁰

Hubungan warga setempat dengan Hely Seedling and Farm sangat baik dan harmonis. Hal ini disebabkan karena memang tujuan dari Hely Seedling ini dari awal adalah pemberdayaan masyarakat. Begitu juga dengan para petani yang tentunya menjadi objek pokok Hely Seedling and Farm tentunya sangat berpengaruh bagi mereka dengan adanya pendampingan maka mereka dapat menambah wawasan dan tentunya berdampak pada hasil panen yang melimpah.²¹

¹⁹ Ibu Salimah sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm. Wawancara pada tanggal 16 April 2020.

²⁰ Bapak Mahmud Samsudin sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm. Wawancara pada tanggal 16 April 2020.

²¹ Bapak Mahmud Samsudin sebagai konsumen UMKM Hely Seedling and Farm. Wawancara pada tanggal 16 April 2020.

C. Analisis Strategi Pemasaran Pengembangan Usaha Hely Seedling and Farm Perspektif Etika Bisnis Islam

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang di atur sedemikian rupa oleh individu maupun kelompok untuk menyalurkan dan mempromosikan suatu produk agar tersampaikan kepada konsumen demi terpenuhinya kebutuhan produsen dan konsumen yang memenuhi sasaran individu maupun kelompok, dengan tidak mengabaikan bagaimana agar dapat bersaing di dalam pasar. Pengembangan usaha adalah suatu upaya yang terorganisasi untuk meningkatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Etika bisnis Islam merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keislaman di dalam aktivitas bisnis. Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadis Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim.¹⁸

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam berfungsi sebagai tuntunan dalam melakukan bisnis bagi kaum muslim agar tidak merugikan orang lain secara sengaja ataupun tidak sengaja. Prinsip etika bisnis itu adalah sebagai berikut; keadilan, menjaga kualitas produk, sadar dengan perkembangan zaman, jujur dalam mengukur kualitas dan kuantitas, *khiyar* dalam jual beli, fungsi dan manfaat, memasarkan barang

¹⁸ Galuh Anggraeny, "Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta," *Academica* Vol. 1 No. 2/Juli-Desember 2017, 235.

dengan ikhlas dan tulus, amanah, berusaha atau ikhtiar, ada keterbukaan pada pelanggan, tidak memasarkan riba. Sebagaimana Firman Allah SWT:

تَكُونَنَّ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوًا تَأْكُلُوا لَا أَمْوَاءَ الَّذِينَ أَيُّهَا
يَا
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَ مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ .
تِجَارَةً

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁹

(QS. An-Nisaa (4): 29).

Islam menjamin pasar bebas dimana para penjual atau pemilik usaha dengan para pesaing yang ada dipasar bersaing satu sama lain dengan arus yang berjalan lancar dalam kerangka keadilan, yakni tidak ada baik individu maupun kelompok , produsen maupun konsumen, apalagi pemerintah yang dzalim atau didzalimi. Hal diatas merupakan situasi ideal.

Korelasi dengan strategi pemasaran yang dilakukan yakni menggunakan 4 strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Jika melihat dari strategi yang digunakan seperti yang diuraikan diatas, maka sudah mengimplementasikan nilai-nilai yang membangun prinsip-prinsip ekonomi Islam.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah* (Jakarta:Al-Huda, 2002), 84.

Tidak ada muatan kedzaliman disini, yaitu memberikan harga yang tinggi untuk mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya atau membanting harga pesaing, dalam penetapan harga sebuah produk barang atau jasa Hely Seedling and Farm memberikan harga sesuai kualitas produk dan jasa yang diberikan kepada konsumen. Sehingga nilai keadilan sudah tampak jelas diimplementasikan. Sehingga prinsip-prinsip freedom to act (kebebasan bertindak) yang didasari oleh nilai keadilan. Pada penetapan harga produk oleh penjual dalam hal ini adalah pemilik mitra penyemaian Hely Seedling and Farm tidak ada unsur riba (tambahan yang didapat secara dzalim), maysir(perjudian atau mendapat keuntungan dengan merugikan orang lain), tahlis(penipuan) maupun gharar(ketidak pastian), karena harga ditetapkan berdasarkan harga pasar bahkan tidak mengambil keuntungan terlalu banyak dari penetapan harga masing-masing produk.

Kejujuran akan mengikis kecurigaan dan persengketaan sehingga kerja sama dapat berjalan dalam jangka panjang dan saling menguntungkan. Islam menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam segala aspek kehidupan termasuk perdagangan sebagaimana Islam menghargai nilai-nilai keadilan, dan mengecam kedzaliman sebab kedzaliman akan menciptakan kecurangan, karena itu hanya dengan kejujuran keadilan dapat diwujudkan.

Nilai kejujuran dan keadilan dalam perdagangan ini akan membawa rahmat, ketentraman dan kesejahteraan. Keuntungan yang dihasilkannya pun akan membawa berkah Allah SWT. Betapapun beratnya

untuk berlaku jujur dan adil disitulah salah satu tantangan dalam berbisnis namun setiap muslim harus berusaha menaatinya, agar kemitraan berbisnis itu membawa keselamatan dunia dan akhirat, sebaliknya mengkhianati kejujuran dan keadilan maka akan membawa kehancuran baik di dunia maupun diakhirat. Tidak ada unsur gharar dan tadlis dalam hal kualitas dan kuantitas barang karena barang dapat langsung dilihat oleh pembeli dan pembeli dapat secara langsung meneliti apakah cacat atau tidak pada barang tersebut, dan jumlah barang yang akan dibeli secara langsung dapat dihitung oleh pembeli tanpa ada potensi pengurangan jumlah dengan harga yang sama tanpa diketahui oleh pembeli.

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Keadilan

Berlaku adil adalah hal yang harus dimiliki seorang pengusaha agar sukses dunia akhirat. Dalam hal ini Hely Seedling and Farm dapat berlaku adil baik dengan karyawan maupun dengan konsumen. Harga yang ditetapkan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Tidak membedakan konsumen dan berikap objektif dalam hal pelayanan terhadap konsumen.

2. Menjaga Kualitas Produk

Seorang pemasar yang baik, tentu kita harus memberikan spesifikasi barang yang sesuai dengan kualitasnya. Hal ini lah yang selalu menjadi perhatian pokok oleh Hely Seedling and Farm, dengan begitu konsumen akan puas dan tidak merasa dirugikan.

3. Sadar Dengan Perkembangan Zaman

Pandai dalam melakukan perubahan adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan pasar bisnis tanpa melanggar aturan fiqih muamalah jual beli yang sudah ditetapkan. Hely Seedling and Farm selalu mengikuti perkembangan zaman dengan tidak mengabaikan aturan muamalah di dalam Islam.

4. Jujur Dalam Mengukur Kualitas Dan Kuantitas

Umat muslim diajarkan untuk jujur dalam memberikan keterangan suatu barang, baik dari kualitas dan kuantitasnya. Begitu pula di dalam Hely Seedling and Farm selalu memberikan informasi produk sesuai dengan apa adanya keadaan produk tersebut. Jika ada produk yang tidak memenuhi standar, maka tidak akan disajikan kepada konsumen.

5. *Khiyar* Dalam Jual Beli

Membangun hubungan dengan pelanggan adalah hal yang harus dilakukan oleh pebisnis, di dalam Islam sudah di ajarkan bahwa pembeli adalah seorang raja. Oleh sebab itu sebagai seorang pebisnis, kita harus mampu memasarkan dan memberikan tanggapan kepada pelanggan dengan cara yang baik dan benar. Seperti yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yang selalu membangun hubungan emosional dengan memberikan pendampingan dalam hal pembibitan.

6. Fungsi dan Manfaat

Pastikan barang yang dipasarkan memberikan manfaat bagi pelanggan. Dan tentu manfaat tersebut harus sesuai dengan tujuan hidup menurut islam. Produk dari Hely Seedling and Farm sangat bermanfaat bagi masyarakat banyak sebagai bahan pertanian yang berkualitas. Selain itu dilihat dari tujuan lain dari Hely Seedling and Farm yaitu pemberdayaan masyarakat tani, fungsinya yakni sebagai motivator bagi berkembangnya keahlian petani dalam bidang pertanian.

7. Memasarkan Barang Dengan Ikhlas dan Tulus

Memasarkan suatu barang adalah iktiar dalam berbisnis, dan tentu hal ini harus dilandasi adanya perasaan yang jujur dan tulus ataupun ikhlas agar mampu menghasilkan rezeki yang barokah. Seperti pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yang selalu jujur dalam memasarkan produknya.

8. Amanah

Memasarkan barang haruslah menjaga kepercayaan seorang pelanggan dalam memberikan keterangan atau spesifikasi. Hely Sedling selalu memberikan informasi spesifikasi produk sesuai dengan keadaan produk itu sendiri.

9. Berusaha atau Ikhtiar

Seorang pedagang harus semangat dalam memasarkan barangnya. Karena di dalam Islam kita harus bisa menghindari rasa putus asa. Ikhtiar juga dilakukan untuk terus menjaga nama baik, menjaga kualitas produk dan bahkan menjaga kesan dari pelanggan. Semangat yang dimiliki Hely Sumanto sebagai pemilik untuk memasarkan produnya tidak pernah padam sejak pertama kali berdirinya Hely Seedling and Far didirikan hingga saat ini. Beliau selalu melakukan inovasi-inovasi sebagai usaha pemasaran produknya.

10. Ada Keterbukaan Pada Pelanggan

Memasarkan suatu barang harus memiliki keterbukaan dalam menjual barang. Baik terbuka tentang jenis barang, kualitas barang dan tujuan penggunaan barang tersebut. Begitu juga yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm yang selalu terbuka terkait harga, kuantitas, dan kualitas produk yang ditawarkan.

11. Tidak Memasarkan Riba

Melakukan pemasaran barang sebagai umat muslim hendaknya tidak diperkenankan untuk memasarkan barang atau transaksi yang mengandung macam-macam riba. Hely Seedling and Farm tidak pernah menerapkan transaksi yang mengandung riba, semua transaksi yang dilakukan selalu transparan dan sesuai dengan hukum Islam.

Strategi pemasaran Hely Seedling and Farm menggunakan 4 bauran pemasaran, yaitu:

1. Strategi Produk

Hely Seedling and Farm dalam strategi produk mempertahankan kualitas produk yang unggul, sehingga tidak mengecewakan konsumen dan memiliki fungsi dan manfaat yang jelas bagi konsumen. Fungsi produk hely Seedling ini sudah jelas sebagai sarana untuk membantu masyarakat dalam hal menciptakan bibit dengan kualitas unggul, dan manfaatnya juga jelas untuk menghasilkan panen yang melimpah dengan hasil pertanian yang unggul. Dengan begitu konsumen akan terus berdatangan untuk membeli produk dari Hely Seedling and Farm. Produk Hely Seedling and Farm juga terbilang lengkap sesuai kebutuhan mayoritas petani. Selalu ada keterbukaan pada pelanggan terkait produk ketika melakukan transaksi. Hal ini terlihat pada saat proses pemesanan produk, konsumen berhak untuk memilih dan memilah produk yang ingin mereka beli.

Hely Seedling and Farm selalu memberikan informasi produk sesuai dengan apa adanya keadaan produk tersebut baik kualitas maupun kuantitas nya. Jika ada produk yang tidak memenuhi standar, maka tidak akan disajikan kepada konsumen.

Produk yang ada di Hely Seedling and Farm seperti Terong; Yuvita, Hitavi, Micano, Kenari, Propita. Kemudian ada juga Cabe Besar; Ck.Jos, Solusi, Akar, Laba, Lado, Laju. Cabe Rawit; Rawit ijo,

Rawit putih, Sigantung, Pecita. Tomat; Servo, Gustavi. Daun Bawang, Seledri, Kates kalifornia, Media tanam, dan Pupuk kompos.²⁰

Kotak untuk wadah media tanam berukuran 20 cm x 15 cm dengan isi media tanam yang terbungkus polibet berdiameter 3 cm. Media tanam ini ada yang diproduksi sendiri oleh Hely Seedling and Farm dan ada yang diproduksi oleh warga setempat yang nantinya dibeli oleh Hely Seedling and Farm. Seangkan pupuk kandang yang diproduksi oleh Hely Seedling and Farm saja yang nantinya ada yang dipakai sendiri dan ada yang dijual.²¹ Hely Seedling and Farm memberikan hak khiyar kepada konsumen. Konsumen berhak melakukan pilihan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh Hely Seedling and Farm bahkan produk yang dibeli dapat dikembalikan apabila ada ketidak sesuaian tentunya syarat dan ketentuan berlaku.

2. Strategi Harga

Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Strategi harga yang diterapkan Hely Seedling and Farm adalah dengan

²⁰ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

²¹ Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

memperhatikan modal ditambah biaya jasa dengan tetap melihat pada pangsa pasar.

Hely Seedling and Farm dalam menawarkan harga kepada calon konsumen selalu berlaku adil, yakni tidak memandang siapa calon konsumennya Hely Seedling and Farm menawarkan harga yang sama kepada mereka sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan. Selain itu Hely Seedling and Farm selalu jujur dalam hal harga pasaran yang berlaku di pasaran.

Harga yang ditawarkan relatif masih terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan. Adapun harga produk yang ditawarkan sebagai berikut; terong Rp. 35.000/kotak, tomat Rp. 40.000/kotak, media tanam Rp. 7500/kotak (104 media tanam), pupuk kompos tipe B Rp.35.000/karung, pupuk kompos tipe A Rp. 50.000/karung.²²

3. Strategi Tempat

Lokasi penempatan lahan produksi maupun outlet penjualan dekat dengan akses jalan sehingga mudah dijangkau baik oleh konsumen yang dekat maupun konsumen yang jauh. Untuk pemesanan produk oleh konsumen yang jauh, Hely Seedling menyediakan layanan pengantaran dengan menggunakan mobil *pick up*. Hely Seedling and Farm juga menyediakan tempat yang luas, bersih, dingin, penataan barang yang mudah untuk dilihat dan

²² Bapak Hely Sumanto sebagai pimpinan dan pemilik UMKM Hely Seedling and Farm, wawancara pada tanggal 16 April 2020.

semaksimal mungkin membuat konsumen nyaman dalam melakukan transaksi. Menurut kepala desa Sri Sawahan, berdirinya Hely Seedling and Farm tidak ada menyebabkan pengaruh negatif terhadap lingkungan setempat.

4. Strategi Promosi

Strategi yang selanjutnya adalah strategi promosi, strategi promosi yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm pertama adalah membangun hubungan emosional dengan petani, kemudian yang kedua adalah menjaga kualitas produk agar tetap menjadi produk yang unggul, ketiga melakukan promosi di media sosial seperti Facebook dan Instagram. selain itu juga dalam hal promosi, Hely Seedling and Farm bergabung dengan paguyuban petani dan juga pusat sayuran yang mana melalui persatuan ini produk dapat dipromosikan lebih luas lagi.

Hely Seedling and Farm dalam memasarkan suatu barang dilandasi perasaan yang jujur dan tulus ataupun ikhlas agar mampu menghasilkan rezeki yang barokah. Sebagai bentuk Ikhtiar, semangat yang dimiliki Hely Sumanto sebagai pemilik untuk memasarkan produnya tidak pernah padam sejak pertama kali berdirinya Hely Seedling and Far didirikan hingga saat ini.

Hely Seedling and Farm selalu mengikuti perkembangan zaman dengan tidak mengabaikan aturan muamalah di dalam Islam. Hely Seedling and Farm tidak pernah menerapkan transaksi yang mengandung riba, semua transaksi yang dilakukan selalu transparan dan sesuai dengan hukum Islam. Hely Seedling and Farm tidak pernah menerapkan transaksi yang mengandung riba, semua transaksi yang dilakukan selalu transparan dan sesuai dengan hukum Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Hely Seedling and Farm dengan menggunakan empat strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi sudah tepat dalam penerapannya, tidak melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dalam keempat strategi tersebut yang menjadi kelebihan dan perbedaan yang menonjol dari Hely Seedling and Farm dengan tempat penyemaian lainnya adalah strategi produk yaitu kualitas dan kelengkapan yang dimiliki oleh Hely Seedling and Farm. Dengan kualitas yang unggul dan lengkapnya ketersediaan produk serta lengkapnya proses pembibitan di Hely Seedling and Farm membuatnya banyak diminati oleh petani dan penggiat usaha lainnya dibidang pertanian bahkan diminati oleh UMKM sejenisnya.

B. Saran

Peneliti sarankan khususnya bagi mitra penyemaian Hely Seedling and Farm dan umumnya bagi tempat penyemaian lainnya agar selalu konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip etika Bisnis Islam yang mana saat ini sudah diterapkan. Diharapkan setiap pelaku usaha penyemaian saling mendukung dan membantu dan jangan sampai saling terjadi peselisihan hanya karena persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Illah, Mohammad Ato. *Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk*. Jurnal WIGA Vol. 5 No. 1, Maret 2015.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Anggito, Albi Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Anggraeny, Galuh. "Pembelajaran dan Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Surakarta." *Academica* Vol. 1 No. 2/ Juli-Desember 2017.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi Edisi 1 Cet.7*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Departemen Agama RI. *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta: Al-Huda, 2002.
- Firdaus, Muhamad. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grafindo, 2005.
- Hulaimi, Ahmad, Sahri, Moh. Huzani. "Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi." *JEBI* Vol.2 No.1/ Januari-Juni 2017.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Prenada Media, 2003.
- LP2M, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

- Marfalias. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Rusdi, Moh, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya." JSMB Vol. 6/Februari 2019.
- Selang, Christian A.D. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013.
- Subagyo, Ahmad. *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia, 2008.
- Sucipto, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Bayu Media, 2006.
- Widaningsih dan Ariyanti. *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Malang: Polinema Press, 2018.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1757/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 Metro, 16 Juni 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Pemilik Hely Seedling And Farm
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Erwin Aryanto
NPM : 1502040230
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Analisis Stratregi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Mitra Penyemaian Hell Seedling And Farm. (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Desa Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

[Handwritten Signature]
Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

MITRA PENYEMAIAN HELY SEEDLING AND Farm

Desa Sri Sawahan, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah

CP: 081251314017 / 08127222954

Nomor : 12/C-3/ADM-HSF/VIII/2020
Lampiran : -
Perihal : Pemberian Izin Pra-Survey

Kepada : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Institut Agama Islam Negeri Metro.
Di –
Metro

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat dari Institut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B-1757/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 perihal Izin Pra Survey, maka dengan ini owner Hely Seedling and Farm memberikan izin kepada:

Nama : ERWIN ARYANTO
NPM : 1502040230
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM PENGEMBANGAN USAHA MITRA PENYEMAIAN HELY SEEDLING AND FARM. (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Desa Sri Sawahan Kec. Punggur Kab. Lampung Tengah)

Untuk melakukan penelitian di Mitra Penyemaian Hely Seedling and Farm.
Demikian surat ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Sri Sawahan, 25 Agustus 2020
Rumah Semai
Hely Seedling Owner
Menyediakan Bibit Sayuran Siap Tanam:
Cabai, Tomat, Terong, Bunga Kol,
Bawang Merah, Daun Bawang, dll
Serta menyediakan media tanam untuk keperluan penelitian
Alamat : Jln. Dam Ranti Sri Sawahan Punggur Lampung Tengah
HP. 0812 5131 4017 - 0812 7222 954

HELY SUMANTO



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1502040230

Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 15 Februari 2021	o) perbaiki APD Point 3 wawancara dengan tokoh masyarakat, tangkapan terkait letak geografis dan Batas wilayah lokasi penelitian o) perbaiki penggunaan kata tanya o) Hapus pertanyaan yang tidak berkaitan dengan penelitian o) Bubuhkan lembar persetujuan Pada Lembaran Akhir APD	
	Rabu 17 Februari 2021	Ace APD Tanjut ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,

Erwin Aryanto
NPM. 1502040230



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1502040230

Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 17/2-2021	✓ Revisi: Out Line dan APD sesuai petunjuk	
	Jum'at 19/2-2021	✓ Revisi APD dan Out Line Lanjutkan pd tahap berikutnya	

Dosen Pembimbing I,

Drs. M. Saleh, M.A

NIP. 1965.0111.1993.03.1001

Mahasiswa Ybs,

Erwin Aryanto

NPM. 1502040230



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1502040230

Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 08 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none">o) Perbaiki pemenggalan judul pada ✓halaman judul, halaman sampulo) Perbaiki kata pengantar ✓o) Outline menjadi daftar isi ✓o) Halaman 3 perbaiki narasi kalimat ✓o) Tambahkan teori strategi pemasaran ✓o) Hilangkan /hapus halaman 16 ✓o) Halaman 19 beri footnote ✓o) Tambahkan teori Etika Bisnis Islam	
	Rabu 10 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none">o) Perbaiki penulisan redaksi ayatAl Quran dan Haditso) Perbaiki spasi dan paragrafo) Perhatikan estetika penulisano) Perbaiki penulisan footnotePada halaman 27o) Perbaiki Daftar pustaka.o) Urutasi terkait dengan kajiankeilmuano) Tambahkan referensi dari jurnalo) Tambahkan referensi terkaitEtika Bisnis Islam	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Erwin Aryanto
NPM. 1502040230



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1502040230

Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 15 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none">o) Bubuhkan tanda tangan pd kata pengantaro) Perbaiki c-pasi Bab I. hal. 14, 17o) Perbaiki Redaksi Ayat hal. 3o) Penulisan Matan Ayat gunakan Font Tradisional Arabio) Halaman 22 tulis footnoteo) Sumber data sekunder narasikan	
	Rabu 17 Maret 2021	Acc Bab i, ii, iii lanjut ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Mahasiswa Ybs,

Erwin Aryanto
NPM. 1502040230



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
NPM : 1502040230 Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 18/03/21	<ul style="list-style-type: none">✓ Perbaiki footnote✓ Perbaiki penulisan ayat-ayat✓ Beri sumber rujukan h. 6,7,✓ Perbaiki penulisan kata-kata yg salah✓ Perbaiki penulisan ayat di h. 20✓ Pada sumber Data Primary Responden disebutkan bahwa jumlah meeting yg akan di wawancara✓ Perbaiki daftar pustaka✓ Ace Pmb I-III, Lanjutkan pada tabel berikutnya	

Dosen Pembimbing I,

Drs. M. Saleh, M.A

NIP. 1965.0111.1993.03.1001

Mahasiswa Ybs,

Erwin Aryanto

NPM. 1502040230



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Erwin Aryanto

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1502040230

Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	SEMINF. 7 / JULI / 2021.	Ace untuk di Muragayoh.	

Dosen Pembimbing I,

Drs. M. Saleh, M.A

NIP. 1965.0111.1993.03.1001

Mahasiswa Ybs,

Erwin Aryanto

NPM. 1502040230

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

**(Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Kampung Sri Sawahan Kec.
Punggur Kab. Lampung Tengah)**

A. Wawancara

1. Wawancara dengan pemilik Hely Seedling And Farm
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Hely Seedling And Farm?
 - b. Sudah berapa lama Hely Seedling And Farm berdiri?
 - c. Bagaimana strategi pemasaran yang anda terapkan dalam memasarkan produk Hely Seedling And Farm?
 - d. Darimana anda memenuhi *supply* produk anda ?
 - e. Produk apa saja yang dimiliki Hely Seedling And Farm?
 - f. Apakah masyarakat tidak keberatan dengan harga yang telah ditetapkan oleh Hely Seedling and Farm?
 - g. Berapakah omset rata-rata perbulannya?
 - h. Bagaimana strategi Hely Seeding and Farm dalam menghadapi pesaing?
 - i. Sudah sejauh mana pemasaran yang dilakukan oleh Hely Seedling and Farm?
 - j. Apakah menurut anda lokasi Hely Seedling and Farm sudah strategis?
 - k. Promosi apa saja yang dilakukan dalam upaya pengembangan?
 - l. Selain untuk mendapatkan keuntungan, adakah tujuan lain dari didirikannya Hely Seedling and Farm?
2. Wawancara dengan konsumen
 - a. Mengapa anda membeli produk Hely Seedling And Farm?

- b. Ada beberapa varian bibit di Hely Seedling And Farm, bibit apakah yang biasanya anda beli ?
 - c. Bagaimana pelayanan yang dimiliki Hely Seedling And Farm?
 - d. Bagaimana menurut anda harga yang telah ditentukan Hely Seedling And Farm?
 - e. Bagaimana menurut anda kualitas produk dari Hely Seedling and Farm?
 - f. Apakah dengan adanya Hely Seedling and Farm ini dapat memecahkan persoalan anda di bidang pertanian?
 - g. Sejak kapan anda menggunakan produk dari Hely Seedling and Farm?
 - h. Sebelum menggunakan produk dari Hely Seedling and Farm, produk dari mana yang anda gunakan?
 - i. Menurut anda harga yang ada di Hely Seedling and Farm adakah berbeda dengan toko yang lain?
 - j. Apakah anda akan merekomendasikan produk dari Hely Seedling and Farm kepada petani lain yang membutuhkan?
 - k. Dari mana Anda mendapatkan informasi mengenai Hely Seedling and Farm?
 - l. Apakah Anda menginginkan variasi produk lain dari Hely Seedling and Farm?
3. Wawancara dengan kepala kampung Sri Sawahan
- a. Jelaskan gambaran lokasi wilayah initerkait nama, letak geografis, serta batas wilayah!
 - b. Bagaimana sejarahnya tentang wilayah kampung Sri Sawahan?
 - c. Ada berapa kepala keluarga, RT, dan RW di kampung Sri Sawahan?

- d. Bagaimana menurut anda terkait berdirinya Hely Seedling and Farm di kampung Sri Sawahan?
- e. Apakah dengan berdirinya Hely Seedling and Farm dapat membantu perkembangan dan kemajuan wilayah ini? .
- f. Apakah dengan berdirinya Hely Seedling and Farm dapat membantu perekonomian warga setempat? .
- g. Menurut anda, adakah pihak yang dirugikan dari berdirinya Hely Seedling and Farm? .
- h. Bagaimana hubungan Hely Seedling and Farm dengan warga setempat? .
- i. Apakah ada prosedur tertentu dari aparaturnya setempat dalam pemberian izin usaha? .
- j. Menurut anda bagaimana pengaruh berdirinya Hely Seedling and Farm terhadap petani setempat? .
- k. Bagaimana tanggapan anda terhadap berdirinya Hely Seedling and Farm?

B. Dokumentasi

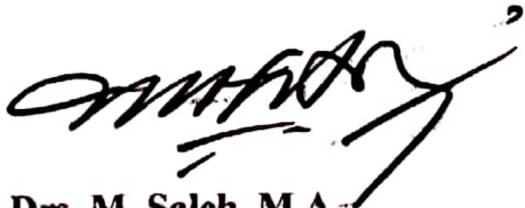
1. Arsip tentang letak geografis Hely Seedling And Farm
2. Buku penunjang

Metro, Februari 2021
Peneliti


Erwin Aryanto
NPM. 1502040230

Mengetahui

Pembimbing I


Drs. M. Saleh, M.A.
NIP. 1965.0111.1993.03.1001

Pembimbing II


Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

SURAT TUGAS

Nomor: 1188/In.28/D.1/TL.01/04/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **ERWIN ARYANTO**
NPM : 1502040230
Semester : 12 (Dua Belas)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Hely Seelding And Farm Kec. Punggur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI PADA MITRA PENYEMAIAN HELY SEEDLING AND FARM, KAMPUNG SRI SAWAHAN KECAMATAN PUNGGUR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 April 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat


H. M. SALEH MA (MANAJER)

RUMAH SEMAI
HELY SEEDLING
Alamat: Jln. Dan Raman Sissawahan Punggur Lampung Tengah
HP. 0812 5131 4017 - 0812 7221 354

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1189/In.28/D.1/TL.00/04/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Hely Seelding And Farm
Kec. Punggur
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1188/In.28/D.1/TL.01/04/2021, tanggal 12 April 2021 atas nama saudara:

Nama : **ERWIN ARYANTO**
NPM : 1502040230
Semester : 12 (Dua Belas)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Hely Seelding And Farm Kec. Punggur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI PADA MITRA PENYEMAIAN HELY SEEDLING AND FARM, KAMPUNG SRI SAWAHAN KECAMATAN PUNGGUR KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 April 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

MITRA PENYEMAIAN

HELY SEEDLING AND Farm

Desa Sri Sawahan, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah
CP: 081251314017 / 08127222954

Nomor : 12/C-3/ADM-HSF/VIII/2020
Lampiran : -
Perihal : Pemberian Izin Research

Kepada : Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Institut Agama Islam Negeri Metro.
Di –
Metro

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat dari Institut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : 1188/In.28/D.1/TL.1/04/2021, perihal Izin Research, maka dengan ini owner Hely Seedling and Farm memberikan izin kepada:

Nama : ERWIN ARYANTO
NPM : 1502040230
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Desa Sri Sawahan Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

Untuk melakukan research di Mitra Penyemaian Hely Seedling and Farm. Demikian surat ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sri Sawahan, Mei 2021

Owner
Hely Seedling & Farm
Desa Sri Sawahan, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah
HP: 0812 5131 4017 - 0812 7222 954

HEL SUMANTO



IAIN

M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-393/In.28/S/U.1/OT.01/05/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ERWIN ARYANTO
NPM : 1502040230
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1502040230

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari segala administrasi di Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 28 Mei 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1563/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

15 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Drs.H.M.Saleh, M.A
2. Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy
di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Erwin Aryanto
NPM : 1502040230
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And Farm, Desa Srisawahan Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan


MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

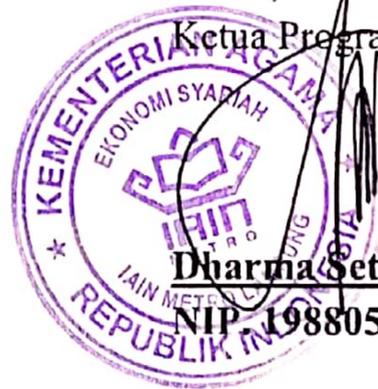
Nama : Erwin Aryanto
NPM : 1502040230
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN PENGEMBANGAN USAHA PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Mitra Penyemaian Hely Seedling And
Farm, Kampung Sri Sawahan Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung
Tengah)
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 16%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 03 Juni 2021

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, MA

NIP. 19880529 201503 1 005

LAMPIRAN FOTO



Wawancara dengan bapak Hely Sumanto sebagai owner Hely Sedling and Farm



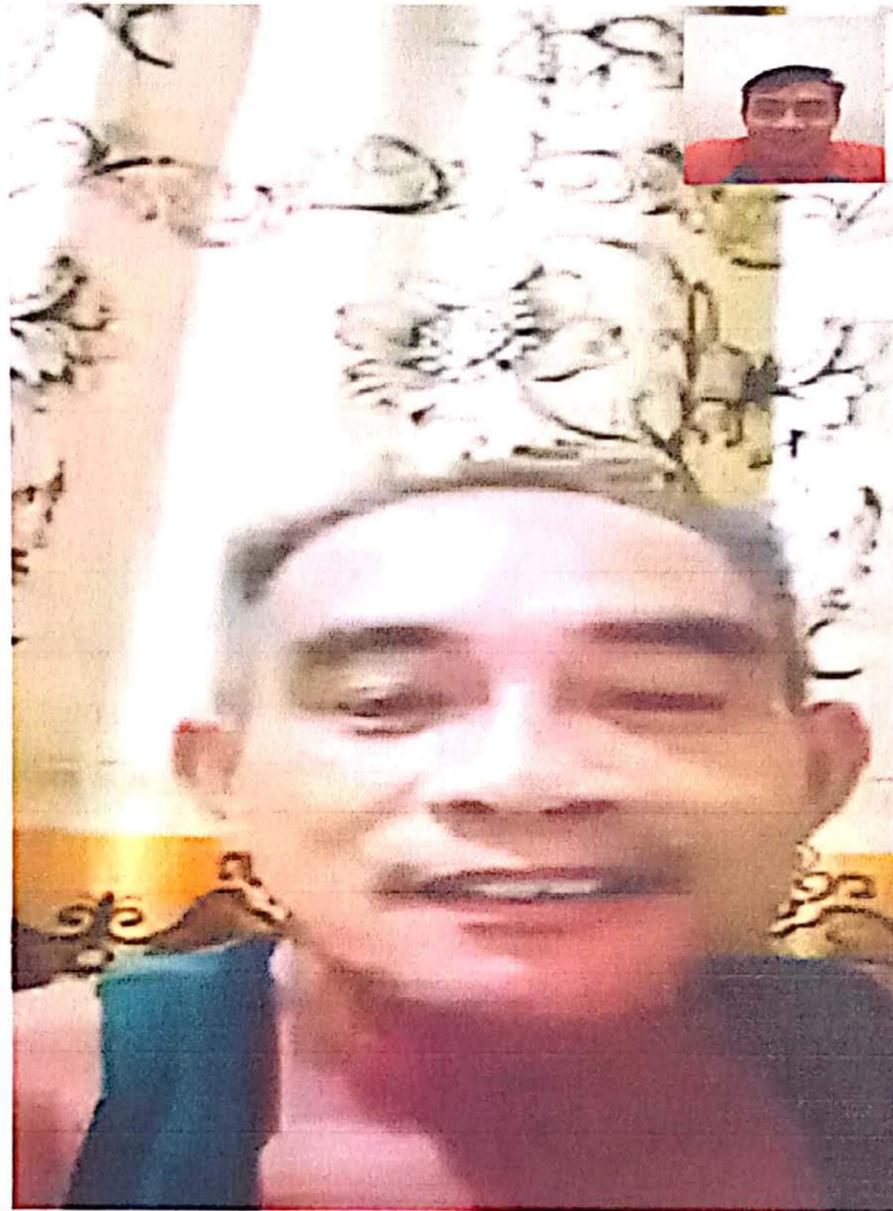
Wawancara dengan bapak Mahmud Samsudin sebagai kepala kampung Sri Sawahan



Wawancara dengan konsumen Hely Seedling and Farm



Wawancara dengan konsumen Hely Seedling and Farm



Wawancara dengan konsumen via video call Whats app

RIWAYAT HIDUP



Erwin Aryanto dilahirkan di Sukadana pada tanggal 02 Juli 1996, anak dari pasangan Bapak Darmawan dan Ibu Haryani.

Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 012 Keritang Hulu dari tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Kemuning dan lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan lagi pendidikan di SMAN Tuah Kemuning dan selesai pada tahun 2015.

Tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan perguruan tinggi negeri di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, yang pada tahun 2017 telah beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah.