

**STRATEGI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KRUPUK RAMBAK
MADARA DESA BLIGO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.)



Oleh:

NURUL KHAOIOI

NIM : 4117072

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khaqiqi

NIM : 4117072

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran *Home Industry* Krupuk Rambak Madara Desa Bligo Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 Oktober 2021

Yang Menyatakan,



Nurul Khaqiqi

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Khaqiqi

NIM : 4117072

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran *Home Industry* Krupuk Rambak Madara Desa Bligo Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 Oktober 2021

Yang Menyatakan,



Nurul Khaqiqi

NOTA PEMBIMBING

Muhamad Masrur, M.E.I.

Banyurip Ageng Gg 4 RT. 007 RW. 004 Pekalongan Selatan

Kota Pekalongan Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nurul Khaqiqi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Nurul Khaqiqi

NIM : 4117072

Judul Skripsi : “Strategi Pemasaran *Home Industry* Krupuk Rambak Madara Desa Bligo Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 1 Oktober 2021

Pembimbing,



Muhamad Masrur, M.E.I.

NIP. 197912112015031001



PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : Nurul Khaqiqi

NIM : 4117072

Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran *Home Industry* Krupuk Rambak Madara
Desa Bligo Dalam Perspektif Ekonomi Syariah**

Telah diujikan pada hari Kamis-Jumat tanggal 21-22 Oktober 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Ade Gunawan, M.M
NIP. 1981042520150310002

Penguji II


Nur Fani Arisnawati, M.M
NIDN. 2019018801

Pekalongan, 1 November 2021
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Sinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat dan rasa cinta serta kasih sayang yang tulus, skripsi ini kupersembahkan untuk orang-orang yang senantiasa mendo'akan dan memberi semangat dalam hidupku, khususnya untuk:

1. Bapak Sholichun dan Ibu Sri Luwiyah (Almh.) tercinta yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang.
2. Kakak dan adikku tersayang yang selalu memberiku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing bapak Muhamad Masrur, M.E.I. dan dosen wali bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M.Ag terimakasih atas bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2017 yang sama-sama berjuang dan memberi semangat.
5. Semua pihak yang telah mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui

(Q.S Al-Baqarah:216)



ABSTRAK

Nurul Khaqiqi. Strategi Pemasaran *Home Industry* Krupuk Rambak Madara Desa Bligo Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan, semakin ketatnya persaingan antar bisnis, maka perusahaan dituntut untuk bertahan hidup dan berkembang. Untuk itu perusahaan harus mampu menyusun strategi agar mencapai tujuan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* krupuk rambak Madara desa Bligo.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan tujuan mendeskripsikan strategi pemasaran yang ada di *home industry* krupuk rambak Madara sesuai dengan apa yang dilihat dan didengar.

Hasil penelitian ini adalah krupuk rambak Madara desa Bligo dalam menjalankan usahanya dilihat dari bauran pemasaran 4p bahwa krupuk rambak Madara dalam segi *product* yaitu memproduksi jenis makanan ringan, proses produksinya dilakukan secara halal dan bermanfaat bagi semua orang, diproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi dan baik. Dalam segi *price* sudah sesuai, tidak menentukan harga yang tinggi dan tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan. Dalam segi *place* atau saluran distribusikrupuk rambak Madara semakin luas karenadibantu oleh sales. Dalam segi *promotion* krupuk rambak Madara masih menggunakan cara sederhana yaitu dari mulut ke mulut.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Krupuk Rambak Madara

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Happy Sista Devy, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Dr. AM. M. Hafidz MS., M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Muhamad Masrur, M.E.I., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen beserta jajaran Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang senantiasa membantu penulis selama duduk dibangku perkuliahan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Fatkhul Hakim yang sudah memberi izin penelitian di *home industry* krupuk rambak Madara.

10. Semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendo'akan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 1 Oktober 2021



Nurul Khaqiqi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB I IKAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Strategi Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran.....	15
3. Bauran Pemasaran Syariah.....	26
4. <i>Home Industry</i> (Industri Rumah Tangga)	48
5. Industri Kecil.....	52
6. Ekonomi Syariah.....	57
B. Telaah Pustaka	64
C. Kerangka Berfikir.....	70

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	72
B. Pendekatan Penelitian	72
C. Lokasi Penelitian.....	72
D. Sumber Data.....	72
E. Teknik Pengumpulan Data.....	73
F. Teknik Analisis Data.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum <i>Home Industry</i> Krupuk Rambak Madara	77
B. Hasil dan Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
PANDUAN WAWANCARA.....	xxii
DOKUMENTASI	xxix

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melemahnya ekonomi merupakan hal terberat yang dialami seluruh rakyat Indonesia sebab menghantam kesejahteraan rakyat Indonesia. Kesejahteraan pada pengertiannya dapat dihubungkan dengan segi ekonomi serta dibatasi pada kriteria hidup dan kekayaan. Standar pengukuran kekayaan dapat dilihat dari tabungan riil, sedangkan standar hidup dapat diukur dari konsumsi riil masyarakat (Dwiyanto, 2005). Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat dibuktikan dengan banyaknya macam jenis produk dan jasa yang dipasarkan ditengah masyarakat, usaha bisnis berperan penting dalam perekonomian.

Bidang industri yang semakin efektif dalam ekonomi nasional memerlukan adanya perusahaan kecil dalam aspek industri pengolahan. Timbulnya industri rumah tangga atau *home industry* yang ada pada pedesaan akan mengalami peningkatan ekonomi desa dengan beragam aktivitas bisnis serta keahlian rakyat, dengan situasi seperti ini dapat memberikan perkembangan yang berguna bagi aktivitas pembentukan ekonomi desa (Lapcham, 1991).

Desa Bligo merupakan desa atau kelurahan yang berada di Buaran, Pekalongan, Jawa Tengah, Negara Indonesia. Jarak dari arah ibu kota Pekalongan kurang lebih 17 km ke arah timur laut melintasi Bojong . Desa Wonoyoso menjadi pusat pemerintahannya. Kecamatan yang memiliki

luas area terkecil serta terpadat di Kabupaten Pekalongan. Kecamatan Buaran adalah bagian dari 19 Kecamatan yang terdapat di Kabupaten Pekalongan.

Desa atau Kelurahan: Bligo, Coprayan, Sapugarut, Wonoyoso, Kertijayan, Simbang Wetan, Simbang Kulon, Pakumbulan, Paweden, Watussalam. Masyarakat Kecamatan Buaran merupakan masyarakat agamis, yang didalamnya terdapat warga yang menganut agama Islam dan dengan tingkat keagamaan yang tinggi. Kecamatan Buaran juga merupakan masyarakat yang dinamis dan sebagian besar warga bermata pencaharian pada industri pengolahan.

Pemasaran merupakan proses atau kegiatan yang membentuk perseorangan maupun kelompok memperoleh apa yang diinginkan dengan cara memasarkan produk-produk berkualitas kepada pihak lain maupun aktivitas yang melibatkan penyampaian barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen (Shinta, 2011).

Industri merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan dan mengubah suatu barang yang berawal dari barang mentah kemudian diolah menjadi barang siap pakai yang memiliki nilai tambah bagi produk tersebut, sebagaimana kegiatan industri ini bersifat produktif dan menghasilkan keuntungan bagi produsen (Ananda 2016).

Intensitas kebutuhan manusia untuk hidup terus mengalami perubahan pada setiap kemajuan zaman yang semakin berkembang. Beragam jenis sektor ekonomi yang terus bergerak untuk mencukupi

keperluan dengan beragam jenis inovasi, salah satunya yaitu aktivitas industri (Gita Rosalita, 2014).

Home Industry atau industri rumah tangga merupakan bisnis produk barang maupun makanan atau jenis perusahaan kecil yang dimana kegiatan ekonominya dilakukan dirumah (Harahap 2016). *Home industry* merupakan media bagi masyarakat untuk perkembangan ekonomi yang lebih maju, yang dapat berkembang secara mandiri serta memberikan andil.

Salah satu contoh *home industry* yang dimiliki oleh bapak Fatkhul Hakim yang berada di desa Bligo Kec. Buaran, Kab. Pekalongan yaitu industri krupuk rambak. Usaha ini memiliki 10 orang karyawan dan 10 orang sales untuk memasarkan produknya.

Produksi krupuk rambak membutuhkan strategi pemasaran karena untuk meningkatkan nilai penjualan. Pada *home industry* krupuk rambak di desa Bligo ini menggunakan strategi pemasaran dengan menerapkan konsep bauran pemasaran 4p (*product, price, place, promotion*).

Dengan menerapkan konsep bauran pemasaran 4p tersebut maka *home industry* krupuk rambak di desa Bligo ini dapat memproduksi krupuk dengan benar serta halal sesuai syariah, dan dengan cita rasa yang khas dari krupuk rambak mampu menarik minat konsumen. Harga yang ditawarkan juga dapat dijangkau semua kalangan, lokasi untuk memproduksi krupuk rambak berada ditengah-tengah masyarakat sehingga

dapat lebih dikenal oleh lingkungan. Promosi yang diterapkan masih tradisional yaitu dari mulut ke mulut.

Melihat perkembangan *home industry* krupuk rambak di desa Bligo ini sangat pesat, pemasaran yang dilakukan melalui beberapa sales mampu meningkatkan omset penjualan pertahun. Sales yang memasarkan krupuk rambak ini mengambil terlebih dahulu di tempat produksi krupuk rambak tersebut, kemudian sales memasarkan krupuk rambak ke warung-warung terdekat atau pasar.

Pada umumnya, pelaku yang ada pada kegiatan ekonomi yang dilakukan di rumah yaitu berasal dari keluarga sendiri dan tetangga sekitar dengan mengajak mereka untuk dapat bekerja atau menjadi karyawan pada kegiatan *home industry* tersebut. Maka perusahaan kecil ini akan sangat membantu masyarakat dan mengurangi angka pengangguran.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Fatkhul Hakim selaku pemilik usaha krupuk rambak yang merupakan *home industry* yang beralamatkan di desa Bligo Kec. Buaran, Kab. Pekalongan. Bahwa usaha krupuk rambak ini didirikan pada tahun 2016.

Eksistensi perkembangan usaha krupuk rambak dapat dilihat dari omset penjualan pertahun, mulai dari tahun 2017-2019. Omset tahun 2017 sekitar 1.080.000.000, di tahun 2018 omset naik mencapai 1.260.000.000, dan semakin berkembangnya usaha krupuk rambak ini pada tahun 2019 omset naik mencapai 1.500.000.000.

Tabel 1.1 Omset Penjualan

Tahun	Omset Penjualan
2017	1.080.000.000
2018	1.260.000.000
2019	1.500.000.000

Sumber: Data diolah, 2020

Krupuk rambak dengan bahan dasar kulit hewan sapi yang diproses sedemikian rupa sehingga menjadi cemilan krupuk rambak dengan rasa yang khas dan lezat. Proses produksi krupuk rambak ini yaitu pertama kulit kering hewan sapi direbus terlebih dahulu, kemudian dipotong kecil-kecil dan ditambah bumbu, kemudian setelah itu dijemur sampai kering, kemudian digoreng vakum, setelah digoreng vakum kulit hewan sapi tersebut digoreng biasa, setelah itu pengemasan produk.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah bahwa *home industry* krupuk rambak Madara desa Bligo dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 maka termasuk kedalam jenis usaha kecil.

Krupuk rambak merupakan krupuk yang berdasar dari bahan kulit hewan, biasanya kulit hewan yang digunakan yaitu kulit sapi. Krupuk rambak sendiri mempunyai tekstur yang garing, rasanya renyah dan lezat yang berbentuk kotak (Kurniawan, Widyasari, and Hidayat n.d.).

Prinsip fundamental dalam Islam kesejahteraan ekonomi perlu diperhatikan dalam produksi. Pada bentuk produksi Islam, konsep

kesejahteraan Islam yaitu meningkatnya penghasilan yang dikarenakan bertambahnya produksi dari barang yang berguna melalui sumber daya manusia dan benda.

Penelitian terdahulu banyak yang membahas masalah pemasaran dengan memfokuskan analisis SWOT. Pada penelitian ini akan membahas pemasaran yang memfokuskan pada bauran pemasaran 4P. Pada *home industry* milik bapak Fatkhul Hakim ini memiliki 10 orang karyawan yang dimana setiap karyawan memiliki tugas masing-masing, mulai dari penjemuran kulit sapi, proses menggoreng krupuk, pengemasan produk, dan proses pengolahan krupuk rambak dilakukan dirumah pemilik usaha, serta kegiatan pemasarannya juga dilakukan melalui sales dengan cara menjual produk krupuk rambak ke pedagang rumahan. Dengan adanya *home industry* krupuk rambak milik bapak Fatkhul Hakim ini yang nantinya dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Untuk pembahasan mengenai pemasaran sangatlah luas cakupannya, maka peneliti memfokuskan pada strategi pemasaran. Bauran pemasaran merupakan pokok dari pemasaran yang banyak dikenal oleh masyarakat (*marketing mix*) yang meliputi 4P yaitu (*Product, Price, Place, Promotion*). *Product* yaitu sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan atau pelaku usaha bisnis yang berkualitas dan tidak kalah dari para pesaing. *Price* yaitu harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai kebutuhan konsumen, sehingga dapat menarik pelanggan untuk membayar produknya. *Place* merupakan tempat yang strategis mudah dijangkau

untuk melakukan transaksi jual beli. *Promotion* yaitu promosi yang dilakukan perusahaan maupun pelaku bisnis agar menarik ketertarikan pelanggan pada produk yang dipasarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KRUPUK RAMBAK MADARA DESA BLIGO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara di desa Bligo?
2. Bagaimana strategi pemasaran *home industry*krupuk rambak Madara di desa Bligo menurut ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madaradi desa Bligo.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara di desa Bligo menurut ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis berharap agar penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan secara akademis mengenai strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara serta memberikan informasi lebih lanjut pada permasalahan ini.
2. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara yang ada di desa Bligo.
3. Bagi pemilik usaha, dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan pada strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara di desa Bligo.
4. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi mengenai strategi pemasaran *home industry* krupuk rambak Madara yang ada di desa Bligo.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah peneliti uraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. *Home industry* krupuk rambak Madarayang ada di desa Bligo menerapkan strategi pemasarannya dengan menekankan bauran pemasaran 4p (*product, price, place, promotion*). Bauran yang pertama yaitu *product, home industry* ini memproduksi jenis makanan ringan yaitu krupuk rambak, krupuk yang terbuat dari kulit sapi, krupuk rambak ini diproduksi secara halal, dapat bermanfaat bagi banyak orang, diproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang baik, dan jelas akan kepemilikannya. Bauran yang kedua yaitu *price, home industry* krupuk rambak Madaradesa Bligo ini menetapkan harga jual tidak terlalu tinggi, mudah dijangkau semua kalangan, dan tidak mengambil keuntungan diatas keuntungan normal. Bauran yang ketiga yaitu *place* atau saluran distribusi, *home industry* krupuk rambak Madara desa Bligo ini mampu menghasilkan pendapatan yang semakin meningkat karena saluran pemasaran yang semakin luas dengan bantuan sales. Bauran pemasaran yang keempat yaitu *promotion, home industry* krupuk rambak Madara desa Bligo ini dalam melakukan promosi penjualan masih menggunakan cara sederhana yaitu dari mulut ke

mulut. Promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan atas keadaan produk yang ada.

2. Dalam perspektif syariah *Home industry* krupuk rambak Madara merupakan usaha yang memproduksi makanan ringan yang terbuat dari kulit hewan sapi, dimana produk yang dijalankan sudah sesuai syariah, yaitu dengan tidak memproduksi barang haram, tidak memproduksi barang yang mengandung darah, daging babi, bangkai, barang yang dimiliki pada *home industry* krupuk rambak Madara ini sudah jelas akan kepemilikannya yaitu Bapak Fatkhul Khakim, serta produk yang dijalankan tidak membahayakan orang lain, bahkan dapat bermanfaat bagi banyak orang. Untuk bauran harga *home industry* krupuk rambak Madara desa Bligo tidak mengambil keuntungan yang banyak, dalam penetapan harga sudah diperhitungkan semua biaya yang dibutuhkan untuk satu produknya. Bauran pemasaran *place* atau tempat distribusi *home industry* krupuk rambak tidak menjual di tempat terlarang seperti masjid, *home industry* krupuk rambak Madara ini menggunakan bantuan sales untuk mendistribusikan produknya agar sampai ke tangan konsumen. Bauran pemasaran promosi yang dilakukan *home industry* krupuk rambak Madara masih terbilang sangat sederhana, karena melalui mulut ke mulut. Dimana masyarakat mengetahui produk ini dari orang lain. Tidak mempromosikan produk yang haram, promosi yang dilakukan jujur dan amanah sesuai keadaan produk.

B. Saran

1. Untuk *home industry* krupuk rambak Madarayang ada di desa Bligo agar lebih aktif untuk memperkenalkan produknya melalui teknologi yang sudah berkembang seperti saat ini, yaitu dengan cara memposting produk krupuk rambak di media sosial seperti *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dan media sosial yang lainnya untuk mempromosikan produk krupuk rambak tersebut dengan tujuan yaitu untuk memperkenalkan produk secara luas dan juga akan menambah hasil penjualan.
2. *Home industry* krupuk rambak Madara agar bisa mempertahankan produknya dengan cara yang halal, untuk promosi penjualan produk bisa selalu mempromosikan dengan jujur dan amanah, tidak menipu orang lain dengan mengatakan yang tidak benar atas keadaan barang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Achmadi, C. N. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi AKsara.
- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Alam. (2007). *Ekonomi*. Erlangga.
- Amrin, A. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Arsyad, L. (2010). *Ekonomi Pembangunan, ed 5 cet 4*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Azwar, S. (1999). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bahreisy, S. B. (1988). *Terjemah Tafsir Singkat Ibnu Katsir Jilid IV*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Darsyaf Ibnu Syamsuddien, D. (1994). *Prototype Negeri Yang Damai*. Surabaya: Media Idaman Pers.
- Dwiyanto, A. (2005). *Kemiskinan dan Otonomi Daerah*. Jakarta: Lipi Press.
- Febrina, E. (2012). Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi Untuk Mewujudkan Ekonomi Nasional yang Tangguh dan Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 78.
- Gita Rosalita, A. d. (2014). Peran Ptpn Vii Dalam Pemberdayaan Home Industri Kripik Pisang. *Jurnal Sosiologi*, 339.
- Hardiono, T. G. (2007). *Marketing Muhammad*. Bandung: Madania Prima.
- Kasmir. (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kimbal, R. W. (2015). *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kasus Kualitatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Kriyantono, R. (2007). *Riset Komunikasi Cet. Ke-2*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lapcham, R. (1991). *Pengusaha Kecil Dan Menengah Di Asia Tenggara*. Jakarta: LP3ES anggota IKPI.
- Mardani. (2011). *Hukum Ekonomi yariah*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Muhammad Yusuf Saleh, M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CVSAH MEDIA.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Maanajemen Pemasaran*. MEDIA SAINS INDONESIA.

- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Nurul Huda, d. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: PT Kharisma Putra Utama.
- Nurul Huda, K. H. (2017). *Pemasaran Syariah, Teori dan Aplikasi*. Depok: KENCANA.
- Pawe, S. (2007). Peranan Industri Rumah Tangga Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat Di Desa Roworeno Kecamatan Ende Selatan Kabupaten Ende. 14.
- Perry, M. (2000). *Mengembangkan Usaha Kecil*. Jakarta: Murai Kencana PT Raja Grafindo Persada.
- Rahmawati, D. (2019). Pengembangan Pemasaran Produk Roti Dan Pastry Dengan Bauran Pemasaran 4P Di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI*.
- Saefudin, A. (2014). Redefinisi Bauran Pemasaran (MARKETING mIX) "4P" Ke "4C". *Journal of Applied Business and Economics*, 23.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi Ke-1, Cet. Ke-1*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siti Kalimah, M. S. (2017). *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi.
- Subagyo, P. J. (1999). *Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sunyoto, D. (2014). *DASAR DASAR MANAJEMEN PEMASARAN Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supomo, N. I. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Ke-1*. Jakarta: Kencana.

Zubaedi. (2007). *Wacana Pembangunan ALternatif: Ragam Perspektif Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.

JURNAL

Ananda, Riski. 2016. "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industri Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang)." *Jpm Fisip* 3(2): 1–16.

Basuki, Kustiadi. 2019. "濟無No Title No Title." *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 53(9): 1689–99. www.journal.uta45jakarta.ac.id.

Batubara, Kabupaten. 2012. "Analisis Tingkat | 53." (2002): 53–66.

Di, Rambak et al. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Industri Kerupuk Rambak Di Kecamatan Bangsal Dan Kecamatan Mojoanyar Kabupaten Mojokerto FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS INDUSTRI KERUPUK MOJOKERTO Ayu Yunifatul Farida Wiwik Sri Utami Abstrak Fa."

Harahap, Ade Khadijatul Z. 2016. "Pengaruh Home Industri Tempe Terhadap Tapanuli Selatan." *Lppm, Ugm* 7(2): 1–10.

Kurniawan, Hary, Rucitra Widyasari, and Agriananta Fahmi Hidayat. "Penyuluhan CPPB Dan Introduksi Mesin Spinner Bagi Usaha Kerupuk Kulit Di Desa Lendang Bedurik , Kecamatan Selong , Kabupaten Lombok Timur." 2(2): 54–60.

Marta, Rustono Farady, and Denise Monica William Monica William. 2016. "Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo!" *Jurnal Komunikasi Untar* 8(1): 68–82. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/50/53>.

Penulis, Ita Nurcholifah, and Dosen Iain Pontianak. 2014. "STRATEGI MARKETING MIX." 4: 73–86.

Priangani, Ade. 2013. "Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global." *Jurnal kebangsaan* 2(4): 1–9.