

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KRATIVITAS
PEMASARAN, DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM
ISLAM TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI MASA
PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Pedagang Durian di Desa Lemahabang)

SKRIPSI

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



Oleh :

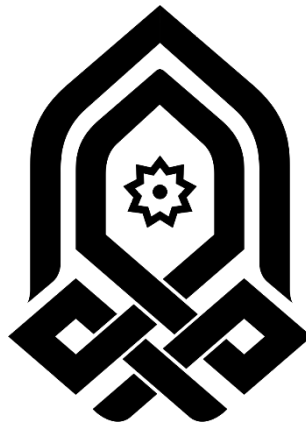
NOVITA WAHYU LESTARI
NIM. 4118203

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KRATIVITAS
PEMASARAN, DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM
ISLAM TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DI MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Pedagang Durian di Desa Lemahabang)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NOVITA WAHYU LESTARI
NIM. 4118203

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Wahyu Lestari

NIM : 4118203

Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran, Dan Kualitas Pelayanan Dalam Islam Terhadap Keunggulan Bersaing Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Durian Di Desa Lemahabang)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 06 Juni 2022

Yang menyatakan



Novita Wahyu Lestari
NIM. 4118203

NOTA PEMBIMBING

Alvita Tyas Dwi Aryai, M.Si

Jl. Seroja No. 2 Graha Tirto Asri, Tirto, Pekalongan, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Novita Wahyu Lestari

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Novita Wahyu Lestari

NIM : 4118203

Judul Skripsi : Pengaruh orientasi pasar, kreativitas pemasaran, dan kualitas pelayanan dalam Islam terhadap keunggulan bersaing di masa pandemi covid-19 (Studi kasus pedagang durian di Desa Lemahabang)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 23 Mei 2022

Pembimbing,



Alvita Tyas Dwi Arvani, S.E., M.Si

NIP. 198406122019032011



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

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.fcbl.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : **Novita Wahyu Lestri**

NIM : **4118203**

Judul Skripsi : **Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan Dalam Islam Terhadap Keunggulan Bersaing Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Durian Di Desa Lemahabang)**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 21 Juni 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si

NIP.196902272007121001

Penguji II

Dr. Hendri Hemawan A, S.E.I., M.S.I

NIP.198703112019081001

Pekalongan, 21 Juni 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H

NIP.197502201999032001

MOTTO

“Dunia Ini Cukup Untuk Memenuhi Kebutuhan Manusia, Bukan Untuk Memenuhi Keserakahan Manusia.”

-Mahatma Gandhi-

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulis skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wasro dan Ibu Sumitri atas segala bentuk dukungannya. Mulai dari Do'a, Moral dan Material. Terimakasih atas segala bentuk pengorbanannya.
2. Kakak saya Dewi Purwanti dan Kholidin yang senantiasa memberikan dukungan. Dan ponakan saya Nanda Nareswa yang telah memberi hiburan tersendiri dalam suka duka mengerjakan skripsi.
3. Teman hidup saya Nailurrifqi Sahal Murod yang selalu ada untuk saya.
4. Almamater saya jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing, Ibu Alvita Tyas Dwi Ariyani,.S.E.,M,Si
6. Dosen Wali, Bapak Drajat Stiawan, M.Si
7. Teman seperjuangan Ekonomi Syariah E angkatan 2018 yang selalu memberi semangat.

ABSTRAK

NOVITA WAHYU LESTARI. Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan dalam Islam Terhadap Keunggulan Bersaing di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Durian Di Desa Lemahabang).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap beberapa sektor, tidak hanya kesehatan saja, akan tetapi sektor ekonomi turut serta merasakan dampaknya. Strategi yang perlu dilakukan pedagang supaya tetap bertahan ditengah persaingan adalah dengan menjaga manajemen pemasaran, kemudian memasarkan produk tersebut dengan menyesuaikan perkembangan zaman, serta memberikan pelayanan maksimal yang sesuai dengan syariah Islam dengan tujuan untuk memberikan kenyamanan terhadap pelanggan, sehingga persaingan akan mengalami peningkatan. Pedagang mampu melaksanakan kegiatan jual beli sesuai dengan syariah Islam, dengan selalu mengutamakan kepuasan supaya nantinya dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggan, sehingga persaingan bisnis akan berjalan lancar.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 109 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* yang mana pengambilan cara ini dapat memberi peluang yang sama untuk dipilih ke dalam sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi IBM SPSS statistik 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dalam Islam, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

NOVITA WAHYU LESTARI. The Influence of Market Orientation, Marketing Creativity, and Quality of Service in Islam on Competitive Advantage during the Covid-19 Pandemic (Case Study of Durian Traders in Lemahabang Village).

The Covid-19 pandemic has had an impact on several sectors, not only health, but also the economic sector. The strategy that traders need to do in order to survive in the midst of competition is to maintain marketing management, then market the product by adjusting to the times, and provide maximum service in accordance with Islamic sharia with the aim of providing convenience to customers, so that competition will increase. Traders are able to carry out buying and selling activities in accordance with Islamic sharia, by always prioritizing satisfaction so that later they can gain the trust of customers, so that business competition will run smoothly.

This research is a type of field research with a quantitative research approach. The method of data collection in this study was carried out by distributing questionnaires using a sample of 109 respondents. The sampling technique uses a random sampling technique where this method of taking can provide equal opportunities to be selected into the sample. This research uses multiple linear regression analysis method with the help of IBM SPSS statistical application 22.

The results of this study indicate that market orientation, marketing creativity and service quality in Islam have a simultaneous effect on competitive advantage during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Market Orientation, Marketing Creativity, Service Quality In Islam, Competitive Advantage

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran dan Kualitas Pelayanan dalam Islam Terhadap Keunggulan Bersaing di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Durian Di Desa Lemahabang)” dengan lancar tanpa ada halangan suatu apapun. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang kelak kita nantikan pertolongannya di hari akhir.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan 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 Safii, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Happy Sista Devi, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Drajat Setiawan, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang dari awal perkuliahan selalu memberikan bimbingan dan motivasi bagi penulis.
6. Alvita Tyas Dwi Aryani, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staf Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang

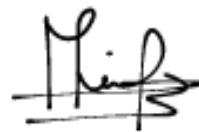
telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Pedagang Durian Di Desa Lemahabang yang telah membantu dalam memperoleh data yang diperlukan.
9. Kedua orang tua, saudara kandung, serta sahabat yang selalu mendukung, membimbing dan mendoakan.
10. Teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah menemani untuk menimba ilmu di kampus IAIN Pekalongan.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sehingga pembuatan skripsi yang akan datang dapat lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca.

Pekalongan, 22 Mei 2022

Penulis



Novita Wahyu Lestari

4118203

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIP	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Rumusan Masalah.	7
C. Pembatasan Masalah.	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.	8
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11

1. Teori Strategi Generik.....	11
2. Orientasi Pasar	12
3. Kreativitas Pemasaran.....	14
4. Kualitas Pelayanan dalam Islam	16
5. Keunggulan Bersaing.....	19
B. Telaah Pustaka.	22
C. Kerangka Berfikir.....	29
D. Hipotesis.	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Pendekatan Penelitian	32
C. Setting Penelitian	32
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.	32
E. Jenis Data	34
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Devinisi Operasional Variabel	35
H. Metode Analisis Data	37
1. Uji Kualitas Data.....	38
2. Uji Asumsi Klasik.....	39
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40
4. Uji Hipotesis	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.	42
A. Deskripsi Data.....	42

B. Analisis Data	49
C. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonema konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)

خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
و = u	أُو = au	و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا ditulis *rabbānā*

الْبِرِّ ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
-------	---------	-------------------

الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
-------	---------	------------------

السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>
--------	---------	--------------------

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
-------	---------	-----------------

البدع	ditulis	<i>al-badi'</i>
-------	---------	-----------------

الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>
--------	---------	-----------------

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
------	---------	---------------

شيء	ditulis	<i>syai'un</i>
-----	---------	----------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Pedagang Durian Tahun 2022, 3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 22
Tabel 3.1	Tabel Skala Likert, 35
Tabel 3.2	Definisi Operasional, 36
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden, 42
Tabel 4.2	Masa Berjualan Responden, 43
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Responden Terhadap Orientasi Pasar, 43
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Terhadap Kreativitas Pemasaran, 44
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Pelayanan dalam Islam, 46
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Terhadap Keunggulan Bersaing, 47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas, 49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas, 50
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas, 51
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas, 53
Tabel 4.11	Hasil Uji Heterokedastisitas, 54
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas, 55
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda, 56
Tabel 4. 14	Hasil Uji t, 58
Tabel 4.15	Hasil Uji F, 59
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Desa Lemahabang, 2

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir, 29

Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas, 52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian, I
Lampiran 2	Data Mentah Kuesioner Penelitian, V
Lampiran 3	Uji Validitas, XI
Lampiran 4	Uji Reliabilitas, XIV
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik, XV
Lampiran 6	Uji Analisis Regresi Linier Berganda, XVIII
Lampiran 7	Uji Hipotesis, XIX
Lampiran 8	Tabel r, Tabel t, Tabel F, XX
Lampiran 9	Surat Pengantar Penelitian, XXIV
Lampiran 10	Dokumentasi penelitian, XXV
Lampiran 11	Daftar Riwayat Hidup, XXVI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi covid-19 telah memberikan dampak terhadap perekonomian, khususnya dunia bisnis. Seiring berjalannya waktu, kegiatan pemasaran mengalami perubahan, pedagang harus mencari cara supaya tetap bisa memenuhi permintaan pelanggan, strategi yang tepat dalam menghadapi pandemi covid-19 adalah berusaha memaksimalkan media sosial sebagai sarana jual beli. Segala bentuk kreativitas dalam pemasaran terus dilakukan untuk menarik perhatian konsumen, tidak hanya mengutamakan kreativitasnya saja, akan tetapi kejujuran dalam memberikan pelayanan perlu diperhatikan, pasalnya pelaksanaan jual beli secara *online* sangat riskan adanya penipuan. Dalam dunia bisnis, adanya persaingan adalah kegiatan yang umum terjadi. Dengan adanya persaingan, pasar perlu melakukan gerakan perubahan supaya produk yang dipasarkan dapat bertahan ditengah ramainya persaingan. Seiring dengan kemajuan zaman, strategi untuk menambah jumlah pelanggan terus ditingkatkan. Salah satu yang perlu dilakukan adalah dengan menjaga kestabilan pemasaran barang dagangan.

Munculnya persaingan ditandai dengan banyaknya jenis usaha yang bergerak pada satu bidang yang sama. Peningkatan persaingan tidak hanya dirasakan oleh perusahaan besar saja, para pelaku UMKM turut serta merasakan perubahannya, seperti halnya para pedagang durian di Desa Lemahabang Kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan. Perubahan -

perubahan yang terjadi dalam perdagangan buah durian karena adanya kenaikan tingkat persaingan bisnis, kelangkaan produktivitas akibat cuaca yang tidak menentu sehingga mengakibatkan permintaan konsumen lebih banyak dari penawaran produsen. Persaingan bisnis yang ketat menuntut pedagang harus bisa melakukan proses manajemen yang produktif. Orientasi pasar merupakan sebuah tradisi yang mampu memberikan perubahan terhadap perilaku karyawan dalam pelayanan terhadap pelanggan (Naver dan Slater, 1990). Dalam aktivitas perdagangan, kualitas pelayanan yang diberikan juga memiliki pengaruh besar terhadap persaingan, apabila pelayanan yang diberikan memuaskan, otomatis konsumen akan merasa nyaman.

Desa Lemahabang berada di atas ketinggian 200 mdpl, sehingga menjadikan desa ini beriklim tropis. Desa Lemahabang dibagi menjadi 10 dusun. Gambaran Desa Lemahabang adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1

Sumber : Data pemerintah Desa Lemahabang tahun 2017.

Lemahabang adalah desa dengan penghasil durian terbesar di Kabupaten Pekalongan, tidak heran jika masa panennya tiba, sepanjang jalan menuju desa Lemahabang banyak pedagang durian. Namun sekarang ini kondisinya berbeda, mengingat adanya pandemi covid-19 yang hampir dua tahun telah memberikan kerugian terhadap beberapa sektor, tidak hanya dalam segi kesehatan saja, akan tetapi segi ekonomi turut serta merasakan dampaknya. Pada umumnya penduduk Desa Lemahabang memiliki mata penceharian sebagai seorang petani, adapun pertanian yang dijadikan keunggulan penduduk Desa Lemahabang adalah Durian. Dari hasil yang dimiliki para petani, kemudian dilanjutkan dengan sistem perdagangan, ada yang menjual dagangannya kepada pengepul, kemudian di salurkan ke agen-agen besar, dan ada yang langsung menjual durian kepada konsumen. Berikut adalah tabel jumlah pedagang durian yang ada di Desa Lemahabang :

Tabel 1.1

Daftar Pedagang Durian Tahun 2022

No	Nama Dukuh	Jumlah Pedagang
1.	Dukuh Suroloyo	73 Pedagang
2.	Dukuh Meranti	11 Pedagang
3.	Dukuh Lemahabang	17 Pedagang
4.	Dukuh Bagol	5 Pedagang
5.	Dukuh Sletong	4 Pedagang
6.	Dukuh Duagang	10 Pedagang
7.	Dukuh Wiyono	4 Pedagang
8.	Dukuh Bamban	15 Pedagang
9.	Dukuh Wero	6 Pedagang
10.	Dukuh Rondongungak	5 Pedagang
Total		150 Pedagang

Sumbe : Data pemerintah Desa Lemahabang tahun 2022.

Daftar pedagang durian pada tahun 2022 terhitung sebanyak 150 pedagang, dan jumlah tersebut lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya, penduduk Desa Lemahabang semakin tertarik untuk berdagang durian, karena keuntungannya sangat menjanjikan. Tentu saja dengan bertambahnya jumlah pedagang durian di Desa Lemahabang, akan menimbulkan persaingan pasar (Wasro,2022).

Sebelum adanya pandemi covid-19, para pedagang durian melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, karena setiap konsumen bisa berkunjung secara langsung ke lapak yang telah di sediakan. Akan tetapi, saat ini sudah tidak semudah dulu lagi, semua lapisan masyarakat telah mendapat himbaun dari pememrintah untuk mengurangi mobilitas sosial sebagai salah satu upaya dalam mengurangi penyebaran virus covid-19. Tidak hanya tinggal diam, masing-masing pedagang menciptakan strategi untuk bersaing, salah satunya dengan melakukan kreativitas dalam pemasaran, yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, dengan tujuan supaya tetap bisa bertahan dalam dunia persaingan, namun sebelumnya perlu diperhatikan, bagaimana dampak yang akan di timbulkan dari adanya jual beli *online* durian, mengingat durian sendiri berwujud buah berkulit yang belum terlihat akan kejelasannya. Dalam hal ini, pelayanan yang diberikan sangat berperan sebagai upaya persaingan berdagang, dari masing-masing pedagang kiranya harus memberikan pelayanan yang berlandaskan dengan unsur syariah, salah satunya yaitu kejujuran. Dimana setiap pedagang harus memberikan

kejelasan, tentang bagaimana kondisi buah yang akan di jual belikan, supaya tidak ada pihak yang dirugikan. Islam adalah agama sempurna yang tidak membebani umatnya. Sejauh mana seseorang menaati agamanya maka sejauh itulah seseorang akan mendapatkan kebahagiaannya. Kedudukan Al-Qur'an sebagai pedoman dalam setiap tindakan telah menunjukkan bahwa kandungan Al- Qur'an yang sifatnya *universal*. Konsep keunggulan bersaing yang belandaskan Al-Qur'an merupakan kunci penyelesaian masalah. Allah SWT berfirman pada QS.Al-Baqarah [02] : 148

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا
إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (QS.Al-Baqarah [02]:148)

Pada ayat di atas terdapat kalimat *fastabiqul khairat* yang artinya berlomba-lomba dalam kebaikan, hal tersebut ditujukan kepada manusia untuk selalu bersikap baik dalam setiap kehidupannya, terlebih dalam dunia bisnis. Selalu menjauhi apa yang dilarang dalam agama, misalnya seperti riba, keserakahan, dan lain sebagainya. Perbuatan tersebut tentunya akan sangat merugikan bagi pihak lain. Dan pada akhirnya akan berdampak kembali pada diri kita sendiri, karena keuntungan yang di peroleh sifatnya haram.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Akhriandi, 2017 “Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing sepeda motor Honda”. Hasilnya orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh

secara simultan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya penelitian Ferdinda Ayu Maulidya, 2021 “Pengaruh inovasi produk dan kreativitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada bisnis online *department store* mariza”. Hasilnya inovasi produk dan kreativitas pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, hal tersebut menunjukkan bahwa dalam dunia persaingan kreativitas dalam memasarkan produk atau jasa memegang peranan penting, menciptakan kreativitas dalam dunia bisnis perlu dilakukan untuk menjaga persaingan antar pasar. Selain itu, kreativitas pemasaran dan inovasi produk yang akan di pasarkan harus seimbang, dimana inovasi produk bertujuan untuk menciptakan variasi produk yang berbeda dari pesaing, sedangkan kreativitas pemasaran bertujuan untuk menjaga perusahaan agar selalu berada di atas, keduanya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap persaingan. “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepatuhan penerapan *standar operasional prosedur* (SOP) dan keunggulan bersaing pada paguyuban Go-Car Tugu Yogyakarta” dalam penelitian Faiz Dary Arkani Tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, kualitas pelayanan berperan penting dalam keunggulan bersaing, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menjadi tolak ukur kesetiaan pelanggan. Tercapainya kualitas pelayanan apabila pelanggan merasakan kepuasan dan kenyamanan dalam setiap layanan yang diberikan. Dalam dunia bisnis pelayanan perlu diperhatikan dan dilakukan secara maksimal, bisnis syariah menerapkan pelayanan Islami yang berlandaskan prinsip-prinsip

syariah Islam, disertai dengan meneladani perilaku bisnis yang dilakukan Rasulullah SAW dalam melayani setiap pembeli.

Pada penelitian Akhriandi, Ferdinda Ayu Maulidya, dan Faiz Dary Arkani menggunakan 3 variabel. Pada penelitian Akhriandi menggunakan variabel dependen keunggulan bersaing, penelitian Ferdinda Ayu Maulidya menggunakan variabel dependen keunggulan bersaing, dan pada penelitian Faiz Dary Arkani menggunakan variabel dependen kepatuhan penerapan *standard operating procedure* (SOP) dan keunggulan bersaing. Sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan variabel dependen keunggulan bersaing di masa pandemi covid-19, adapun objek penelitiannya adalah pedagang durian, tentu saja berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Pemasaran, dan Kualitas Pelayanan Dalam Islam Terhadap Keunggulan Bersaing Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Durian Di Desa Lemahabang)”

B. Rumusan Masalah

Dari penejelasan di atas, peneliti memperoleh pertanyaan yang akan dijadikan pembahasan. Adapun pertanyannya yaitu :

1. Apakah orientasi pasar secara signifikan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah kreativitas pemasaran secara signifikan berpengaruh terhadap di masa pandemi Covid-19 ?

3. Apakah kualitas pelayanan dalam Islam secara signifikan berpengaruh terhadap keunggulan di masa pandemi Covid-19 ?
4. Apakah orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19 ?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan supaya peneliti yang dilakukan lebih fokus, mendalam, sempurna, dan menajurus sehingga peneliti yang dilakukan perlu dibatasi variabel-variabelnya. Dari rumusan masalah tersebut, penulis merancang pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Responden penelitian adalah pedagang durian Desa Lemahabang.
2. Informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah orientasi pasar, kreativitas pemasaran, dan pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keunggulan bersaing antar pedagang durian di Desa Lemahabang.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Dari pembatasan masalah di atas, penulis membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

- a) Untuk melihat bagaimana orientasi pasar mempengaruhi keunggulan keunggulan di masa pandemi Covid-19.
- b) Untuk melihat bagaimana kreativitas pemasaran mempengaruhi keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19.

- c) Untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan dalam Islam mempengaruhi keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19.
- d) Untuk melihat bagaimana dari orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam mempengaruhi keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan bahan sebagai pengembangan dalam penelitian ataupun teori – teori dengan manajemen bisnis yang digunakan sehubungan dengan masalah yang diteliti.
- 2) Bermanfaat untuk penelitian dimasa depan.

b) Manfaat Praktis

1) Bagi peneliti

Manfaat penelitian bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang manajemen bisnis khususnya yang berkaitan dengan orientasi pasar, kreativitas pemasaran, kualitas pelayanan dalam Islam dan keunggulan bersaing di masa pandemi Covid-19.

2) Bagi akademis

Sebagai sumber pengetahuan atau perbandingan penelitian yang akan datang, khususnya mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran penelitian yang sedang berlangsung secara beruntun, penulis menyajikan sebuah sistematika yang tepat, lebih tepatnya gambaran singkat mengenai hal-hal yang akan dipertanggungjawabkan nantinya. Kerangka penyusunan :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini memuat tentang landasan teori, telaah pustaka, dan hipotesis dan kerangka berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menguraikan jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik sampling, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan analisis data.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Menguraikan pembahasan, analisis data, serta deskripsi data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan, saran, daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Baik secara signifikan ataupun simultan orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dimasa pandemi covid-19.
2. Keberhasilan orientasi pasar dapat dilihat berdasarkan kemampuan pedagang dalam menyediakan produknya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, dengan demikian manajemen pemasaran yang dilakukan pedagang durian telah memberikan kepuasan terhadap konsumen.
3. Keberhasilan Kreativitas pemasaran dapat dilihat dari aktivitas pedagang durian di Desa Lemahabang yang telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, dengan kreativitas yang dimiliki akan memberikan peluang tersendiri bagi pedagang untuk meningkatkan persaingan. Kreativitas mempunyai peran penting dalam menjalankan sebuah bisnis, pada dasarnya kesuksesan yang diraih oleh seorang pembisnis diawali dengan kreativitas dalam mengembangkan produk yang dimiliki, mulai dari inovasi terhadap produk yang akan di pasarkan, hingga

inovasi terhadap proses pemasaran. Karena pada dasarnya, menciptakan kreativitas adalah suatu hal yang wajib dilakukan dan perlu adanya kemajuan, dengan terciptanya ide-ide baru akan menjadi sebuah pembeda dari produk yang dimiliki pedagang dengan produk yang dimiliki pesaing.

4. Keberhasilan kualitas pelayanan dalam Islam dapat dilihat dari tata cara pedagang memberikan pelayanan, dalam setiap pelayanan yang diberikan, pedagang durian selalu memperhatikan kepuasan pelanggan, upaya yang dilakukan adalah dengan menjaga kenyamanan. Salah satunya dari fasilitas yang diberikan, apabila pelanggan merasa nyaman, citra pedagang akan meningkat sehingga pedagang akan lebih unggul dibandingkan pesaing.
5. Orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam telah berhasil menciptakan keunggulan bersaing terhadap pedagang durian di Desa Lemahabang. Melalui orientasi pasar, kreativitas pemasaran dan kualitas pelayanan dalam Islam yang mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dengan demikian persaingan antar pedagang dapat berjalan dan mengalami peningkatan.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah selesai dilakukan menghasilkan saran yaitu :

1. Bagi pedagang durian di Desa Lemahabang untuk meningkatkan produktivitas durian, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.
2. Bagi pedagang durian di Desa Lemahabang untuk selalu mempehatikan kenyamanan, dengan memberikan pelayanan yang maksimal, tidak membedakan pelanggan.
3. Peneliti selanjutnya mampu menambahkan faktor–faktor lain yang dapat memberikan pengaruh lebih luas terhadap persaingan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhe Ira Riany, Dahmiri (2020) . Pengaruh kreativitas dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi kasus *Wedding Organizer Hastina Decoration* Kota Jambi). Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis.
- Afzalurrahman, (1997) . Muhammad sebagai seorang pedagang. Yayasan Swarna Bhumi: Jakarta
- Aravik, h fakhry zamzam havis. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berfikir Keberkahan*. yogyakarta: cv budi utama.
- Arikunto Suharsimi. (1998). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. Jakarta: Rineka Cipta..
- Crown Dirgantoro. 2002. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. jakarta: Jakarta: Pt. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Didin Hafidudin, Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Impress.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. yogyakarta: Andi Offset.
- Fariska Hariana (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Exppress di Kecamatan Taman Sidoarjo. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Fatah Abdul, Fian Ahmad. (2012). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey Pada UKM Batik Deden Tasikmalaya. Thesis. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.
- Fauni Arini Mayang. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Usaha, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Konveksi Kabupaten Kudus. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Gibran. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Factory Outlet The Summit.Skripsi.Bandung. "No Title."
- Ghozali Imam. (1011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Universitas Diponegoro
- Handayani Tatii, S.E., M.M., Fathoni Anwar Muhammad, Lc., M.A. *Bulu Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. yogyakarta: cv budi utama.

- Hafidhuddin Didin, Hendri Tanjung. (2003). *Manajemen Sayariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hubeis, M. 2005. *Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Hecca Mitra Utama.
- Loh Yong. 2003. *The Quest Of Global Quality. Di Terjemahkan Oleh Sutanto*. Jakarta: Pustaka Delapratasa.
- Maju., Kartono Kartini. (1996). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung.
- Mas'ud Machfoedz, Machfoedz Mahmud. 2004. *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nazir. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter. Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang : Kharisma Publishing Group.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik Ed. Pertama*. pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Rivai Prof .Dr. Veithzal, S.E., M.M., M.B.A, Usman Antoni Nizar, S.E, M.E., Ph.D. 2012. *Islamic Economics & Finance*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizki Anugrah, R. Deni Muhammad Danial, Faizal Mulia (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pelanggan Hotel Berbintang Di Kota Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*.
- Rustan DR, S.E.,M.SI., AK., CA., CPA. 209. *Pusaran Pembangunan Ekonomi*. Makasar : CV SAH MEDIA
- Sanusi Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaif, dan R&D*, Cet. 23. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono supardi, 2019. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Malang : Media Cetak Creative
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Akhriandi. (20017). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Motor Merek Honda*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar. Makasar.”

- Wasro. (2022, Februari 14) Jumlah Pedagang Durian di Desa Lemahabang. (Novita)
- Wijaya, Dr.Oscarius Y.A., M.H., M.M. 2020. *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Orientasi Pasar*. jawa tengah: Lakeisha.
- Wira Dewi Anak Agung Ayu Mirah (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. Skripsi. Universitas Pnedidikan Ganesha. Bali.
- Yamit Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Cet.5*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yusuf Muri. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana. *Yusuf Muri. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.*
- Zaman Ikhsan Badruz. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Produk UMKM Spd Speedometer Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.