

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN
USAHA HOME INDUSTRY
(Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)**



Disusun Oleh:

**FADHILLAH FITRI
NIM 200602028**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fadhillah Fitri

NIM : 200602028

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 11 juni 2025
Yang Menyatakan


Fadhillah Fitri

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Home Industry (Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)

Disusun Oleh:

Fadhillah Fitri
NIM: 200602028

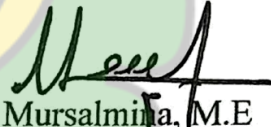
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I


Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E
NIDN. 2006019002

Pembimbing II


Mursalmilla, M.E
NIP. 199211172020121011

Mengetahui,
Ketua Prodi,


Prof. Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA
HOME INDUSTRY**

(Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)

Fadhillah Fitri
NIM: 200602028

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Ekonomi Syariah

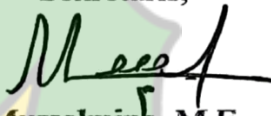
Pada Hari / Tanggal: Rabu : 11 Juni 2025 M
15 Dzulhijjah 1446 H

**Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi**

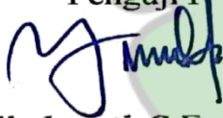
Ketua,


Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E.
NIDN: 2006019002

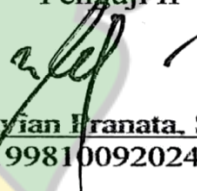
Sekretaris,


Mursalmina, M.E
NIP. 199211172020121011

Penguji I


Yulindawati, S.E., M.M.
NIP: 197907132014112002

Penguji II


Eka Octavian Pranata, S.E., M.Si.
NIP: 199810092024031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fadhillah Fitri
NIM : 200602028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail : 2006020208@student.ar-raniry.ac.id

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi (tulis
jenis karya

ilmiah) yang berjudul (tulis judul karya ilmiah yang lengkap):

Beserta perangkat yang diperlukan
(bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti

Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 11 Juni 2025

Mengetahui

Penulis

Fadhillah Fitri

Pembimbing I

Hafizh Masulana, S.P., S.H.I., M.E.
NIDN: 1006019002

Pembimbing II

Mursalmina, M.E.
NIP: 199211172020121011

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang mana oleh Allah telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kita curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Proposal skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Home Industry (Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)”**. Ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar sarjana Strata satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penyusunannya. Namun, berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah dengan izin Allah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan beribu terima kasih kepada:

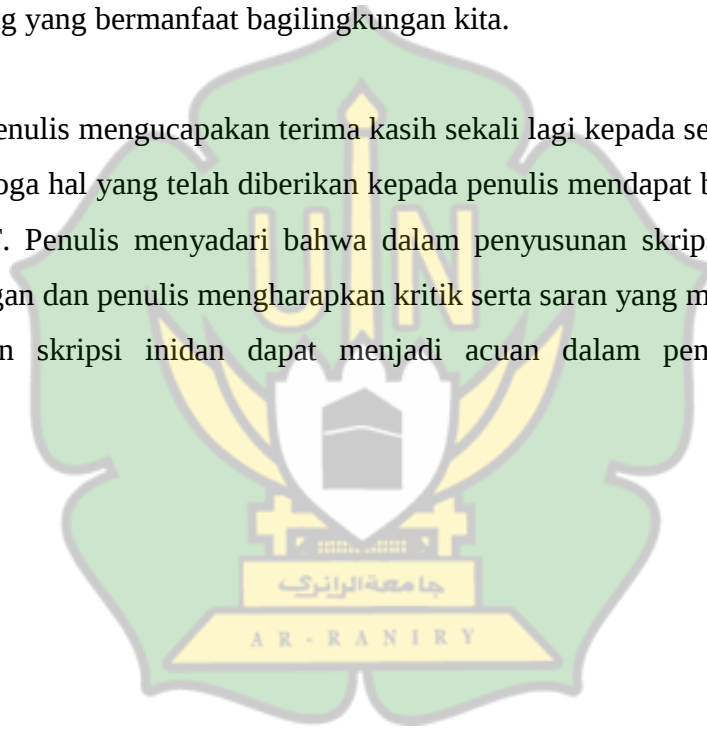
1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Prof. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Rina Desiana, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
3. Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.
4. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku pembimbing I dan Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Mursalmina, M.E selaku pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Ayahanda tercinta, Suhelly, terima kasih yang sebesar-besarnya atas cinta, kasih sayang, do'a yang tiada hentinya, serta segala bentuk dukungan yang telah Ayah berikan kepada penulis. Setiap nasehat, kerja keras, dan pengorbanan yang Ayah lakukan menjadi kekuatan dan semangat bagi penulis untuk terus melangkah. Berkat ridha dan restu Ayah, penulis mampu menyelesaikan studi hingga meraih gelar sarjana. Semoga Allah senantiasa membalas segala kebaikan Ayah dengan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan dunia akhirat.
8. Ibunda tercinta, Rina Irtanti, terima kasih yang tak terhingga atas segala do'a, cinta, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya Bunda berikan kepada penulis. Dalam setiap langkah, penulis merasakan kehangatan cinta dan ketulusan Bunda yang menjadi sumber kekuatan tak ternilai. Nasihat Bunda adalah penuntun terbaik dalam hidup ini. Berkat pengorbanan dan restu Bunda, penulis mampu menyelesaikan studi hingga meraih gelar sarjana. Semoga Allah senantiasa membalas segala kebaikan Bunda dengan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan dunia akhirat.
9. Kepada adikku tercinta, Ilham Suhelly terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, kesediaan untuk mendengarkan setiap keluh kesah, serta bantuan yang telah engkau berikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas bantuanmu, baik secara material maupun moral, yang menjadi penyemangat bagi penulis hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah membalas setiap kebaikanmu dengan keberkahan dan kebahagiaan dalam hidupmu.
10. Terima kasih kepada diriku sendiri, yang telah bertahan melewati segala tantangan, rasa lelah, keraguan, dan tekanan selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih karena tidak menyerah, terima kasih karena tetap melangkah. Bangga pada diriku sendiri, karena

telah membuktikan bahwa usaha, do'a, dan keyakinan bisa membuahkan hasil. Perjalanan ini tidak mudah, tapi aku berhasil melewatinya. Terima kasih, Fadhillah Fitri.

11. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Herman, Ibu Erni, dan Ibu Butet selaku owner Lokan Crispy, yang telah dengan penuh kerelaan meluangkan waktu, memberikan informasi, dalam proses penyusunan skripsi ini. Dukungan, keramahan, dan keterbukaan Bapak/Ibu sekalian menjadi bagian penting yang membantu saya dalam memperoleh data serta menyelesaikan penelitian ini.
12. Teman-teman seperbimbingan dan seangkatan Ekonomi Syariah FEBI 2020 karena telah membantu dari segalahal mulai dari awal perkuliahan hingga saat ini. Semoga kita dapat menjadi orang yang bermanfaat bagilingkungan kita.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sekali lagi kepada semua pihak yang turut membantu. Semoga hal yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi inidan dapat menjadi acuan dalam penyusunan tugas-tugas selanjutnya.



Banda Aceh, 11 Juni 2025

Penulis,

Fadhillah Fitri

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ع	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ ا / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā

يَ	Kasrah dan ya	Ī
يُ	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta *marbutah* (ة) hidup
 Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati
 Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talhah*

Catatan:

Modifikasi

- Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
 Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Fadhillah Fitri
Nim : 200602028
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha *Home Industry* (Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)
Pembimbing I : Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E.
Pembimbing II : Mursalmina, M.E.

Strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan pendapatan usaha *Home Industry* produk khas Lokan Crispy di Kabupaten Aceh Singkil. *Home Industry* Lokan Crispy merupakan salah satu usaha kecil berbasis pengolahan hasil laut yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah dan strategi pemasaran syariah yang diterapkan dalam usaha *Home Industry* produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil. Adapun penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara dan dokumentasi terhadap tiga pemilik usaha Lokan Crispy yaitu Lokan Crispy Nabhan, Lokan Crispy Dapu Kito, dan Lokan Crispy Mak Utet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran syariah yang mencakup empat prinsip utama rabbaniyah, akhlaqiyyah, al-waqi'ah, dan insaniyyah berhasil meningkatkan pendapatan usaha. Bauran pemasaran syariah yang diterapkan meliputi produk, harga, promosi, janji, dan kesabaran, Strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Pemasaran Syariah, *Home Industry*, Lokan Crispy, Pendapatan, Aceh Singkil.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pendapatan.....	9
2.1.1 Pengertian Pendapatan	9
2.1.2 Indikator Pendapatan.....	10
2.1.3 Pendapatan dalam Perspektif Ekonomi Islam	10
2.2 Pemasaran Syariah	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran Syariah	11
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Pemasaran Syariah.....	13
2.2.3 Prinsip Strategi Pemasaran Syariah.....	14
2.2.4 Bauran Pemasaran Syariah.....	17
2.3 <i>Home Industry</i>	26
2.3.1 Pengertian <i>Home Industry</i>	26

2.3.2 Jenis-jenis Home Industry	26
2.3.3 Kekuatan dan Kelemahan Home Industry	28
2.3.4 Home Industry dalam Perspektif Islam	29
2.4 Penelitian Terkait	29
2.5 Kerangka Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi Penelitian	39
3.3 Informan	40
3.4 Sumber Data	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Rantai Nilai Produk Lokan Crispy	44
4.1.1 Biaya Produksi	45
4.1.2 Harga Jual	47
4.2 Gambaran Lokan dan Lokan Crispy	48
4.2.1 Lokan	48
4.2.2 Lokan Crispy	49
4.3 Penerapan Prinsip Pemasaran Syariah dalam Usaha Home Industry Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil	51
4.3.1 Teistis (Rabbaniyah)	52
4.3.2 Etis (Akhlaiyyah)	54
4.3.3 Realistis (Al-Waqiyyah)	56
4.3.4 Humanistis (Insaniyyah)	59
4.4 Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Home Industry Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil	61
4.4.1 Product (Produk)	62
4.4.2 Price (Harga)	64
4.4.3 Promotion (Promosi)	67
4.4.4 Promise (Janji)	69
4.4.5 Patience (Kesabaran)	71

4.5 Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha.....	73
BAB V KESIMPULAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	32
Tabel 3.1 Daftar Informan	40
Tabel 4.1 Pendapatan dan Keuntungan Lokan Crispy.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Rantai Nilai Lokan Crispy	44
Gambar 4.2 Lokan Mentah	49
Gambar 4.3 Lokan Crispy	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kepada Owner Lokan Crispy	84
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Kepada konsumen	98
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri mendorong transformasi dalam dunia bisnis yang secara langsung memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Persaingan antar bisnis saat ini semakin tinggi dan semakin ketat, yang membuat perusahaan harus mampu berkembang bertahan hidup agar tidak kalah dalam persaingannya (Nofriyanti, 2017). Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis mendorong para pemasar untuk menjalankan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif tetapi juga efisien. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan penerapan konsep pemasaran yang selaras dengan kepentingan perusahaan serta mampu menjawab kebutuhan dan keinginan pelanggan atau konsumen secara menyeluruh. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk merancang pendekatan yang efektif dalam memenuhi kepuasan konsumen. Untuk mencapainya, diperlukan strategi pengelolaan talenta yang tepat guna memastikan operasional perusahaan berjalan optimal dan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja bisnis (Adelina, 2019).

Peran strategi pemasaran sangat krusial dalam menunjang keberhasilan suatu Perusahaan sehingga perlu disesuaikan dan dikembangkan seiring dinamika pasar dan perubahan lingkungan bisnis. Dalam hal ini, bauran pemasaran menjadi elemen utama yang mendukung pencapaian tujuan pemasaran. Melalui penerapan pemasaran yang efektif, perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan serta mendorong kesejahteraan konsumen secara berkelanjutan yang pada akhirnya menjadi fondasi dalam meraih keuntungan. Menurut Rianto (2017), konsep pemasaran meliputi serangkaian alat yang dapat dikendalikan yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Dalam kerangka pemasaran Islam, konsep ini dikenal sebagai bauran pemasaran syariah (*Islamic Marketing Mix*) yaitu sebuah strategi yang didasarkan pada nilai-nilai Al-Qur'an serta ajaran dan contoh yang diberikan oleh Rasulullah Muhammad SAW.

Pemasaran tidak akan jauh-jauh dengan yang namanya marketing mix (bauran pemasaran). Marketing mix (bauran pemasaran) ialah seperangkat peralatan yang digunakan agar dapat mencapai tujuan pemasaran. Secara universal, bauran pemasaran menekankan pada penafsiran suatu strategi yang menggabungkan antara produk (Product), harga (Price), promosi (promotion), serta distribusi (place). Ada tambahan 3P untuk melengkapi dalam melakukan strategi pemasaran, yaitu people, physicalevidence, and process, maka menjadi 7P dalam

marketing mix. Ketujuh P ini perlu kombinasi yang sesuai dengan keadaan komoditi yang diusahakan. Kombinasi mana yang akan digunakan, sangat tergantung pada keahlian tim marketing dengan mempertimbangkan komoditi, pimpinan serta pengalaman. (Alma, 2016).

Abuznaid mengemukakan dalam Islam setiap kegiatan bisnis harus taat pada dua prinsip yaitu taat pada aturan moral yang ditetapkan Allah SWT dan empati, mensyukuri rahmat dan ciptaan Allah SWT. Dengan jalan menahan diri dari tindakan yang merugikan orang lain dan mencegah penyebaran praktik yang tidak etis. Implikasi dari prinsip tersebut maka bauran pemasaran dalam Islam terdiri dari bauran pemasaran konvensional yang 7P (Product, promotion, place, Price, people, physical evidence dan process) yang kemudian ditambahkan promise (janji) dan patience (kesabaran). (Asnawi dan Fanani, 2017). Lebih jauh lagi, strategi pemasaran syariah juga mengedepankan empat prinsip utama yaitu: Rabbaniyyah, yaitu bahwa segala aktivitas ekonomi berpijak pada ketentuan Allah SWT; Akhlaqiyah, yaitu prinsip moral dalam menjalankan bisnis yang menjunjung tinggi kejujuran, amanah, dan tidak merugikan; Al-Waqi'iyah, yaitu prinsip realistis dan relevan dengan kondisi masyarakat; serta Insaniyyah, yang menekankan pada kemanusiaan, keadilan, dan kesejahteraan sosial. (Kertajaya dan sula, 2006).

Seluruh komponen ini merupakan bagian dari strategi dalam kerangka pemasaran syariah yang dirancang untuk menunjang keberhasilan bisnis perusahaan (Asnawi dan Fanani, 2017). Namun dalam praktiknya, banyak pelaku usaha yang lebih berfokus pada pencapaian keuntungan semata tanpa memperhatikan aspek pemberdayaan dan edukasi masyarakat. Seiring dengan kemajuan teknologi, pendekatan strategi yang semula bersifat konvensional kini mulai bertransformasi ke arah pemasaran syariah dengan memanfaatkan platform media sosial.

Dalam penerapan strategi pemasaran syariah, perusahaan mengedepankan dua landasan utama yakni pencapaian profit serta perolehan keberkahan yang dikenal dengan konsep *Ta'awun* atau saling tolong-menolong (Fadilah, 2018). Dalam menghasilkan suatu pendapatan dan keuntungan usaha diperlukan adanya strategi untuk upaya mempertahankan kelangsungan kegiatan bisnis dalam jangka panjang. Pada pemasaran produk atau layanan diperlukan adanya strategi untuk menghadapi perkembangan lingkungan serta pesaingannya. Peningkatan permintaan terhadap suatu produk menunjukkan bahwa konsumen telah merasakan kepuasanyang menjadi indikator keberhasilan strategi yang diterapkan. Dengan demikian,

keberhasilan tersebut membuka peluang untuk mendorong pertumbuhan pendapatan serta peningkatan laba bisnis (Dede dan Evi, 2020).

Sumber daya alam yang dimiliki Indonesia mendorong masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang ada. Hal ini mendorong masyarakat lebih memiliki keterampilan dan menyalurkannya dengan membentuk wadah untuk mengolah hasil alam melalui home industry di setiap wilayah. Meski memiliki sumber daya alam yang melimpah, Indonesia masih memiliki warga negara yang hidup dibawah garis kemiskinan Namun, penyebab utama kemiskinan adalah pertumbuhan populasi, sumber daya manusia (SDM) yang buruk dan kurangnya peluang pekerjaan (Lincoln, 2018).

Perkembangan industri tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi, antara lain kemudahan akses terhadap bahan baku, letak geografis pada lokasi home industry, modal yang berasal dari modal sendiri/modal kelompok, tenaga kerja yang dibutuhkan, dan teknologi yang digunakan. Seiring pertumbuhan produksi industri, diharapkan investasi dan pendapatan ini akan menghasilkan kontribusi yang lebih banyak keuntungan yang dapat diinvestasikan, sehingga menciptakan lebih banyak lapangan kerja. Karena Sebagian besar industri tidak menggunakan teknologi modern, peran industri kecil yang dikenal pada karya menjadi semakin penting. Akibatnya, industri masih membutuhkan tenaga kerja (Nasution & Panggabean, 2018).

Pengetahuan dan keterampilan warga Indonesia yang terbatas untuk mengelola sumber daya alam menjadikan pengelolaan hasil alam kurang maksimal. Oleh sebab itu, maka diperlukannya tatanan sumber daya manusia yang tepat dengan menggunakan konsep efektif dan efisien. Efektif didefinisikan sebagai tenaga kerja yang mampu memilih, menganalisis, dan melaksanakan tugas-tugas yang diperlukan. Sedangkan istilah efisiensi mengacu pada tenaga kerja yang dapat bertindak secara moral ataupun yang benar (Sukirno, 2014).

Di Kabupaten Aceh Singkil memiliki banyak hasil dari sumber daya alamnya, Salah satu hasil yang paling menonjol adalah hasil laut. Banyaknya hasil laut berupa loka yang mudah dijumpai di wilayah ini dimanfaatkan oleh penduduk Aceh Singkil dengan mengelola sumber daya alam tersebut menjadi sebuah makanan khas yang bisa digunakan untuk buah tangan ketika berkunjung dari Aceh Singkil. Di Kabupaten Aceh Singkil terdapat sumber kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan oleh bapak atau ibu ataupun masyarakat disekitarnya dalam mengembangkan home industry. Sumber daya manusia yang ada Singkil yaitu para bapak atau ibu yang mempunyai keterampilan dalam mengolah home industry tersebut. Banyak sumber

alam yang dijumpai disana seperti lokan yang mendorong penduduk Singkil untuk mengolah menjadi Produk makanan khas yang kekinian. Home industry merupakan usaha milik perorangan yang dikerjakan hanya kurang lebih 1 sampai 4 orang yang kegiatan produksinya dilakukan dirumah untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari penjualan produk dagangannya.

Lokan/kijing/kerang sungai merupakan salah satu jenis kerang yang hidup di bawah lumpur yang ada di air tawar. Adapun cara mengambil lokan adalah masyarakat pencari lokan terlebih dahulu pergi ke sungai muara menggunakan boat kecil kemudian menyelam ke dalam dasar sungai, biasanya lokan bersembunyi di bawah lumpur-lumpur. Pada masyarakat Singkil lokan ini biasa dimasak dengan cara direndang atau digoreng untuk dijadikan lauk yang dimakan dengan nasi. Harga jual lokan mentah sendiri terbilang cukup rendah tidak sebanding dengan resiko pengambilan lokan tersebut karena konon katanya dimana banyak lokan di situ merupakan sarang buaya. Harga lokan mentah yang sudah di keluarkan dari cangkangnya berkisaran antara Rp. 15-20 rb/100 buah, lokan ini biasa dijumpai di pasar-pasar yang ada di Singkil. Kurangnya pengelolaan dari masyarakat dan pemerintah terkait membuat harga lokan masih terbilang rendah, padahal lokan merupakan komoditas perikanan yang cukup potensial di Aceh Singkil.

Adapun bahan baku pembuatan lokan Crispy dapat dibeli di pasar harian maupun mingguan, Lokan yang dibeli biasanya sudah dalam kondisi terpisah antara daging dan cangkangnya oleh penjual sehingga pembeli tidak perlu lagi melakukan proses pemisahan secara manual dan langsung memperoleh daging lokan yang siap diolah. Adapun cara pembuatan Lokan Crispy adalah daging lokan yang sudah dibersihkan dimasukan ke dalam adonan tepung yang sudah dibuat. Adonan lokan crispy terdiri dari adonan basah dan adonan kering. Kemudian Proses pengadonan dilakukan hingga seluruh potongan daging lokan terlapisi secara merata dengan adonan basah dan kering. Setelah itu, daging lokan digoreng menggunakan minyak baru dengan tingkat panas sedang hingga menghasilkan warna kecokelatan yang menandakan kematangan sempurna. Lokan Crispy pernah menjadi juara 1 makanan tradisional terbaik (best traditional dishes) dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia 2022 yang dilaksanakan di Banda Aceh, pada tanggal 25 November 2022. Rasanya yang gurih dan memiliki rasa yang khas membuat Lokan Crispy menjadi juara 1 pada kategori makanan tradisional terbaik (best traditional dishes) dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia 2022 yang dilaksanakan di Banda Aceh, 25 November 2022. Lokan termasuk salah satu hasil perikanan yang memiliki potensi besar di kawasan pesisir Aceh Singkil. Jika lokan dikelola dengan baik dan benar bisa menjadi

sumber pendapatan yang cukup menjanjikan. Lokan (kerang sungai) sangat mudah ditemukan di Singkil karena lokan banyak dijual di pasar-pasar.

Dalam penelitian ini, dari enam pemilik usaha lokan crispy yang menjadi subjek studi, dipilih tiga pemilik usaha, yaitu Lokan Crispy Nabhan, Lokan Crispy Dapu Kito, dan Lokan Crispy Mak Utet. Pemilihan ini didasarkan pada penerapan strategi pemasaran syariah yang konsisten oleh ketiga usaha tersebut, yang sejalan dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah. Lokan Crispy Nabhan, Lokan Crispy Dapu Kito, dan Lokan Crispy Mak Utet telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengadopsi prinsip-prinsip ini. Mereka tidak hanya memastikan bahwa produk yang ditawarkan memenuhi standar halal, tetapi juga menerapkan praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Hal ini mencakup transparansi dalam informasi produk, penetapan harga yang adil, serta pelayanan yang ramah dan profesional kepada konsumen.

Penelitian oleh Zainol Hasan, M. Idham Humaydy, Albadri-Albadri (2024) dengan judul Manajemen Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Profitabilitas Home Industry Ikan Wader Crispy. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam implementasinya Home Industry Ikan Wader Crispy menggunakan konsep marketing mix yakni 4P (product, price, place, dan promotion). Dimana mereka menjaga kualitas dan mutu produk, menyesuaikan harga sesuai dengan kondisi ekonomi daerah sekitar, memiliki tempat atau lokasi yang strategis yaitu berada di pinggir jalan raya sehingga para konsumen dengan mudah untuk mampir dan membeli produknya. Promosi yang dilakukan dengan cara membuat spanduk, pemberian bonus atau diskon di bulan-bulan tertentu dan akhir tahun.

Muthmainnah Nur Khoiriyah, Hilda, Muhammad Junestrada Diem (2024). Dengan judul Strategi Pemasaran Syariah Pada Industri Rumahan Tempe di Gang Saleh Plaju Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengusaha telah mengimplementasikan strategi pemasaran yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam seperti segmentasi pasar yang menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, menjaga reputasi dengan sikap jujur dan ramah, serta melakukan diferensiasi produk agar lebih menarik. Mereka juga memastikan kebersihan dan kehalalan produk, dengan beberapa sudah memiliki sertifikasi halal. Meski menghadapi kendala kenaikan harga kedelai, para pengusaha tetap bertahan dengan menyesuaikan harga atau ukuran produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini telah meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha, baik secara ekonomi melalui pemenuhan kebutuhan dasar, maupun secara sosial dengan berbagi melalui zakat dan sedekah.

Penelitian ini relevan bagi studi tentang pemasaran syariah dan peran UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan fenomena yang menjadi research gap penelitian, terlihat bahwa kajian yang akan dilakukan penulis memiliki fokus yang berbeda meskipun masih berada dalam tema yang serupa. Penelitian ini khususnya tertarik untuk mengkaji strategi pemasaran syariah sebagai upaya meningkatkan pendapatan usaha pada industri rumahan di Aceh Singkil dengan menilai kesesuaian metode pemasaran yang sesuai dengan prinsip Islam. Dari latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Home Industry (Studi Pada Produk Khas Lokan Crispy Kabupaten Aceh Singkil)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah dalam usaha home industry produk khas lokan crispy Kabupaten Aceh Singkil?
2. Bagaimana strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan pendapatan usaha home industry lokan crispy Kabupaten Aceh Singkil?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan penjabaran latar belakang di atas tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji

1. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip pemasaran syariah dalam usaha home industry makanan khas lokan crispy Kabupaten Aceh Singkil.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan pendapatan usaha home industry lokan crispy Kabupaten Aceh Singkil.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi sejumlah pihak, di antaranya:

a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan syariah dalam meningkatkan pendapatan usaha dan diharapkan mampu dijadikan sebagai masukan serta pertimbangan bagi bisnis, khususnya mengenai produk (*product*), promosi (*promotion*), harga (*price*), promise (*janji*), dan patience (*sabar*) terhadap kepuasan konsumen, serta prinsip rabbaniyyah (teistis), akhlaqiyyah (etis), al-waqi'yyah (realistis) dan insaniyyah (humanistis).

b. Secara Praktis

1) Bagi akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai tambahan bahan dokumentasi serta sumber referensi yang bermanfaat bagi pihak kampus maupun mahasiswa yang memerlukan.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai sumber referensi, panduan, dan bahan masukan bagi mereka yang hendak melakukan kajian, terutama terkait strategi dan prinsip pemasaran syariah. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu membandingkan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik yang terjadi di lapangan.

1.5 Sistematika Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya dan metode yang diterapkan, serta untuk mempermudah penyusunan skripsi maka pembahasan dibagi menjadi lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah yang menjadi fokus penelitian, rumusan masalah berupa pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta gambaran umum sistematika pembahasan yang akan dijelaskan pada bab-bab berikutnya.

BAB II membahas landasan teori yang berisi penjelasan berbagai teori dari sumber referensi seperti buku dan jurnal terkait, serta penelitian terdahulu yang menjadi dasar bagi penulis dalam melaksanakan penelitian ini.

BAB III menjelaskan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, jenis serta sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV memaparkan hasil penelitian dan pembahasannya dimana peneliti menguraikan temuan serta menjawab rumusan masalah dengan analisis data yang telah dikumpulkan secara mendalam.

BAB V merupakan penutup yang memuat kesimpulan dari hasil analisis data serta saran-saran dari penulis terkait penelitian yang telah dilakukan.

