

Merah Instan yang saat ini masih tergolong sedikit, mengingat pasar untuk Jahe Merah Instan ini masih sangat luas. Meningkatkan promosi dengan menggunakan lebih banyak *Platform* yang tersedia dan juga meningkatkan promosi pada media cetak, dan lainnya sehingga masyarakat mengetahui hadirnya produk Jahe Merah Instan Trubus Gandusari yang lezat dan dijamin sehat.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembanding untuk penelitian sejenis lainnya yang bisa dipakai dengan semestinya bagi peneliti selanjutnya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pandangan baru bagi para usaha-usaha kecil menengah lainnya terkhusus yang ada di Kuwarasan, untuk terus berupaya dalam meningkatkan dan menciptakan strategi pemasaran yang baik bagi setiap usaha yang mereka lakukan guna untuk memperoleh pasar yang layak dan mendapatkan keuntungan yang setara dengan usaha mereka, serta dapat bersaing di tingkat nasional.

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok Buku

- Amalia, Euis (2016). *Keuangan Mikro Syariah*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Diatprasojo, Lantip (2018). *MANAJEMEN STRATEGI*. Yogyakarta: UNY Press.
- Handini, Sri, dkk. (2019). *Manajemen umkm dan Koperasi*. Surabaya: Unitomo Press.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hariani, Elisa (2017). *Strategi Pemasaran Pada PT Kanada Ratu Persada Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*. Bengkulu: IAIN Bengkulu
- Ismanto, Juli (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Karim, Adiwarmanto (2002) *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kementrian Agama RI. (2013). *AL-Qur'an Karim Dan Terjemah Edisi Keluarga*. Surabaya: Halim Publishing and Distributing.
- Kotler, Philip (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, Dhika Amalia dan Muhammad Zaenal Abidin. (2019). *PENGANTAR PEMASARAN ISLAM Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Ponorogo: Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor
- Meolong, Lexy J. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwadarminta, (1976). *Kamus umum bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka cetakan v.
- Putri, Budi Rahayu Tanama (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana Fakultas Peternakan.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah said. (2019). *Konsep dan strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Salim dan Syahrudin (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif (konsep dan Aplikasi dalam ilmu sosial, Keagamaan dan Pendidikan)*. Bandung: Citapusaka Media.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Wati, Andy Prasetyo dkk, (2019). *Digital Marketing*. Malang: PT. Literindo Berkah Karya.

Zainurossalamia, Saida (2020). *Manajemen pemasaran Teori dan Konsep*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.

B. Kelompok Skripsi dan Jurnal

Akbar, Nuryadi, 2019, “Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)”, *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1

Andyaningsih, Sri, dkk, 2022, ”Inovasi Strategi Pemasaran Jahe Merah Bubuk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*

Dwi, Aida, (2009). “Strategi *Buy on Rumors Sell on News* dan dampaknya terhadap investor bursa efek Indonesia di Surabaya”. Surabaya: UIN Sunan Ampel

Entaresmen, Raden Ajeng and Desy Putri Pertiwi, 2017, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 9, no. 1

Hariani, Elisa, (2017). “Strategi Pemasaran Pada PT Kanada Ratu Persada Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam.” Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

Iskandar, Shelly Atriani, dkk, 2016, “Strategi Pemasaran Produk Olahan Jahe Merah (Studi Kasus Pada Pt Performa Qualita Mandiri)” *Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan* Vol. 3 No. 2.

Khairunnisa, Delta, 2014, “Marketing Strategy Of Students Perception To Save In Syariah Banking At Sriwijaya University Palembang”. *Econosains Jurnal Online Ekonomi dan Pendidikan* 12, no. 2

Leli, Maisarah, 2019, “Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam” *JURNAL AT-TASYRI’IY* no. 1

Maldina, Seriza Yolanda, 2017. ”Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista”, Palembang: UIN Raden Fatah.

Mubarok, Nurul, 2017, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 1

- Nurmi (2019). "Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap keputusan pembelian produk kacang telur ayam pada PT. Cahaya Anugerah Sentosa di kota Makassar". Makassar: UPT Perpustakaan UNM
- Prasetyo, Agung, dkk, 2018. "Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Ud. Barokah Ungaran". <http://jurnal.unpand.ac.id/>. Vol 4, No 4
- Rusdi, Moh, 2019, "Strategi Pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya". JSMB Vol 6 (2). No ISSN: 2460-3775 hlm.49-50
- Salamah, Sangkot, 2017. "Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata Wahana Haji Umrah". UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Salma, Yanti, 2022, "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa Di Banda Aceh". Aceh: UIN Ar-raniry.
- Sylvana, Andi. Murtiadi Awaluddin, and Adib Mutahajjid, 2020, "Marketing Strategy Model Based on the Benefit of Sharia Property Developers in Indonesia," PalArch"s Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology

C. Artikel

- Elsa Catriana, Keleidoskop 2021: Tahun Penuh Harapan bagi Pelaku UMKM, <https://amp.kompas.com/money/read/2021/12/29/114430626/kaleidoskop-2021-tahun-penuh-harapan-bagi-pelaku-umkm> diakses pada tanggal 15 september 2022 Jam 23.00 WIB

LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban	Fokus Pertanyaan
1	Strategi apa yang diterapkan oleh owner agar menjadi produk yang unggul dari pesaing dan menjadi produk Jahe Merah Instan Trubus pilihan pelanggan?	Strategi yang saat ini dipakai adalah mempertahankan kualitas produk dan harga, memberlakukan Promosi lewat media sosial, <i>shopee, facebook</i> dan lewat acara-acara seperti expo kebumen dan bazar kebumen.	Strategi
2	Strategi apa yang digunakan dalam penjualan produk Jahe Merah Instan Trubus sampai ke luar daerah?	Sama seperti penuturan sebelumnya tetapi untuk keluar daerah tentunya lewat media sosial.	Promosi
3	Apa kelebihan dari produk Jahe Merah Instan Trubus?	Produk Jahe Merah Instan Trubus ini kan diolah dr bahan bahan alami pilihan, terus disetiap langkah-langkah nya atau di setiap proses itu selalu disertai dengan do'a	<i>Strengths</i>
4	Mengapa orang (konsumen) harus membeli produk anda?	Seperti yang kita tahu jahe merah ini dapat bermanfaat untuk kesehatan seperti menghangatkan badan, penambah nafsu makan, peluruh keringat, serta mencegah dan mengobati masuk angin.	<i>Strengths</i>

5	Produk Jahe Merah Instan Trubus terbuat dari bahan apa saja?	Tentunya dari Jahe Merah Pilihan, Gula Pasir dan Gula aren	Produk
	Apakah produk Jahe Merah Instan Trubus sudah mendapatkan sertifikasi halal dari BPOM?	Untuk saat ini kami sudah mengantongi izin PIRT dan dari DINKES Kuwarasan, tetapi untuk BPOM belum.	Produk
6	Jahe Merah Instan Trubus sudah memiliki berapa varian rasa?	Awal awal hanya Jahe Merah biasa tetapi dengan berjalannya waktu akhirnya kami membuat varian rasa baru yaitu rasa <i>Mint</i>	Inovasi Produk
7	Produk Jahe Merah Instan Trubus dijual dalam bentuk apa?	Sementara ini ada 3 bentuk kemasan. Standing pouch biasa, Alumium Foil dan Toples kecil	Produk
8	Bagaimana strategi penerapan harga yang diterapkan oleh owner produk Jahe Merah Instan Trubus?	Dari pengeluaran bahan baku, bahan pendukung, tenaga, dan laba yang diinginkan semuanya di jumlah.	Harga
9	Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah?	Untuk harga dari Jahe Merah Instan yang sudah jadi tidak berubah, karena dapat memicu kerancuan pada konsumen, jadi mending mengurangi laba saja.	Harga dan Karakteristik Pemasaran Islam

10	Apakah harga produk di dalam daerah dan luar daerah sama?	Untuk harga produk sendiri sama, kecuali <i>Reseller</i> atau Mitra Jahe Merah, tetapi karena diluar daerah membutuhkan ongkos kirim, jadi konsumen menambah ongkos kirim saja, untuk harga produk tetap sama.	Harga
11	Kemana saja produk Jahe Merah Instan Trubus di pasarkan?	Pertama hanya disekitar rumah produksi seperti teman, keluarga, tetangga tetapi lama kemudian mencoba memasarkan dengan kerabat jauh dan melalui shoppe agar terjangkau lebih luas, Alhamdulillah sudah sampai luar jawa.	Distribusi

12	Menurut bapak apakah tempat/posisi jual produk Jahe Merah Instan Trubus sudah strategis/terjangkau oleh konsumen?	Untuk rumah produksi sudah agak strategis karena dikelilingi area sekolah dan pondok, tetapi masih tergolong sempit. Untuk tempat pendistribusian sendiri sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya, berada di area pusat jajanan, dikelilingi area sekolah dan pondok pesantren.	Distribusi/Tempat
13	Promosi seperti apa yang telah dilakukan oleh UMKM Jahe Merah Instan Trubus?	Promosi yang selama ini di pakai adalah promosi media sosial dan mengikuti even-even yang ada, selain itu paling jika ada momentum seperti hari kemerdekaan atau hari santri kita mengadakan Diskon terhadap produk.	Promosi
14	Apa saja yang menjadi kekuatan/kelebihan dari produk Jahe Merah Instan Trubus?	Kekuatan dr produk ini adalah praktis dalam penyajian dan penyimpanan kualitas produk juga bagus karena terbuat dari bahan alami pilihan.	<i>Strenghts</i>

15	Apa saja yang menjadi peluang bagi produk Jahe Merah Instan Trubus?	Pesaing diluar daerah yang masih sedikit, di lingkup daerah kuwarasan juga masih sedikit dan pasar yang masih sangat luas.	<i>Opportunities</i>
16	Apa saja yang menjadi ancaman bagi produk Jahe Merah Instan Trubus?	Ancaman untuk saat ini bahan baku yang masih naik turun, jga kita belum menemukan petani yang cocok.	<i>Threat</i>
17	Bagaimana pendapatan atau omset Bapak/Ibu selama ini?	Alhamdulillah omset 6 bulan terakhir ini meningkat 10% kemungkinannya karena tingkat hujan mulai tinggi	Penjualan
18	Siapa saja pembeli yang datang selama ini?	Untuk pembeli itu datang dari berbagai bapak-bapak, ibu-ibu, kalangan muda tetapi yang lebih sering adalah ibu-ibu	Target Pasar
19	Siapa saja target pemasaran dari UMKM Jahe Merah Instan Trubus?	Awal awal target pasar utama adalah ibu-ibu tetapi makin kesini pemasaran merambah ke ranah kedai/restoran	Target Pasar/Distribusi

20	Apakah dengan mengurangi jumlah timbangan pada produk dapat mengurangi biaya produksi dan dapat mendatangkan keuntungan?	Tentunya iya, tetapi kami tidak tertarik untuk mengurangi jumlah timbangan ataupun menaikkan harga jahe merah instan kecuali memang semuanya sudah tidak bisa <i>tercover</i> , jadi mending keuntungan sedikit tapi berputar terus karena kan yang dicari bukan Cuma keuntungan tetapi juga keberkahannya.	Karakteristik Pemasaran Syariah
21	Apakah menurut Bapak/Ibu menjual produksi dengan kualitas yang rendah tidak seperti biasanya untuk memperoleh keuntungan, di perbolehkan dalam praktek jual beli dalam islam?	Tentu saja tidak boleh itu sama saja seperti penipuan, kami menjual produk dengan harga yang sesuai dengan kualitas.	Karakteristik Syariah
22	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk meminimalisir pengeluaran?	Cara kami meminimalisir pengeluaran adalah dengan membeli bahan dan perlengkapan dengan cara grosir dan menjadi mitra toko bahan dan perlengkapan yang kami butuhkan	Harga
23	Apakah ada promosi khusus yang dilakukan selama ini?	Ada, seperti promo kemerdekaan ataupun momentum momentum lainnya biasanya ada.	Promosi

24	Produk Jahe Merah Instan Trubus dijual dalam ukuran apa?	Untuk saat ini ukuran yang ada 150 gr dan 300 gr, tetapi untuk Mitra atau Reseller itu kita kemas dengan ukuran Kiloan tergantung permintaan dr Mitra.	Produk
25	Apakah bisa disebutkan rinci, penjualan jahe Merah Trubus ini sampai daerah mana saja? Baik di dalam daerah maupun luar daerah dan luar pulau Jawa	Untuk didaerah kuwarasan biasanya konsumen datang langsung atau kita yang mengantar ke rumah, untuk lingkup Kebumen juga seperti itu, untuk penjualan luar daerah itu sudah pernah mengirim ke Jakarta, Bandung, Cilacap, Pati, Magelang, Jogja, Purwokerto, Purworejo, Grobogan, Tangerang, Cianjur, Tegal, Bekasi, Boyolali, Madura, Kendal. Sementara untuk luar Jawa itu ke Samarinda, Palembang dan Medan	

Lampiran 2. Foto Penelitian



Lampiran 3. Foto Produk



Lampirsn 3 Foto Tempat/Distribusi





Lampiran 4: Surat Izin Penelitian



INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 3532 Tahun 2013
Jl. Tentara Pelajar no. 55B Telp.(0287) 385902 Kebumen 54312
Website: www.iainukebumen.ac.id Email : info@iainukebumen.ac.id

Nomor : In.11/X.10/IAINU/F.IV/IX/064/2022
Perihal : Permohonan Ijin Riset

Kebumen, 28 September 2022

Kepada
Yth. Bapak / Ibu
Owner UMKM Jahe Merah "Trubus"
Kuwarasan
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : DINA KURNIA SALWA
NIM : 1821131
Program/Jurusan : S.1 / Ekonomi Syari'ah
Pembimbing : 1. H. Munir Achyar, M.Si.
2. Niken Lestari, M.E.

Akan melaksanakan tugas akhir, yakni penelitian/studi lapangan guna penyusunan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut:

Judul/Tema Penelitian : Strategi Penelitian Usaha Mikro Kecil Menengah Jahe Merah Instan "Trubus"
Kuwarasan Perspektif Ekonomi Syari'ah
Tempat Penelitian : Desa Gandusari, Kec. Kuwarasan
Waktu/Lama Penelitian : Maksimal 1 (satu) Bulan

Sehubungan dengan hal tersebut, maka mohon dengan hormat berkenan memberikan:

1. Ijin kepada mahasiswa tersebut diatas untuk mengadakan penelitian/studi lapangan pada lembaga/instansi/satuan pendidikan yang Bapak/Ibu/Sdr (i) pimpin, yang ditindak lanjuti dengan mengeluarkan Surat Ijin Penelitian.
2. Memberikan bantuan informasi /data-data yang diperlukan guna penelitian dimaksud
3. Apabila mahasiswa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian, mohon juga untuk dibuatkan Surat Keterangan, sebagai bukti bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian.

Demikian atas kebijaksanaan dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Mukhsinun S.H.I., M.E.I
NIDN. 2105038102

Tembusan:
1. Mahasiswa Ybs.
2. Arsip

Lampiran 5: Surat Keterangan Penelitian

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rofik Maftuh
Alamat : Gandusari, Kuwarasan, Kebumen
Jabatan : *Owner* Jahe Merah Instan Trubus

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas:

Nama : Dina Kurnia Salwa
NIM : 1821131
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama

Telah selesai melakukan penelitian di UMKM Jahe merah Instan Gandusari Kuwarasan dari bulan juli-oktober 2022 dengan untuk memperoleh Data dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul : **STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH JAHE MERAH INSTAN “TRUBUS” GANDUSARI KUWARASAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Demikian surat ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Gandusari, 10 Oktober 2022


Rofik Maftuh