

ABSTRAK

ANALISIS PEMBERIAN NAMA UNIK PADA MAKANAN MENURUT MARKETING SYARI'AH

**(Studi Kasus Mie Perang Jl. Kh. Hasyim Asyari No.37a / Jl. Pemuda Ahmad No,
23 Kota Bangkalan)**

Perkembangan zaman semakin lama akan mengalami kemajuan yang begitu pesat yang cukup memberikan dampak besar terhadap masyarakat sekitar. Kemajuan tersebut salah satunya ada pada bidang kuliner. Berbagai macam makanan yang modern telah disajikan oleh para pebisnis makanan dengan cara yang unik dan berbeda dengan maksud dan tujuan untuk menarik minat konsumen agar membeli produknya, terlebih generasi muda yang sangat antusias dengan adanya inovasi-inovasi dalam segala bidang. Namun hal tersebut masih perlu ditinjau dari prinsip-prinsip syariah yang sudah ditetapkan demi terciptanya kemaslahatan umat. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Pemberian nama unik pada rumah makan mie perang yang ditinjau dalam marketing syari'ah sudah sesuai dengan marketing syari'ah atau prinsip syari'ah. *Owner* rumah makan mie perang memberikan nama unik perang dengan mempertimbangkan kemaslahatan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar, serta didasarkan pada pengalaman hidupnya yang dapat memotivasi orang lain. Selain itu juga lebih mengedepankan etika atau moral mengingat di daerah bangkalan banyak didirikan pondok pesantren.

Kata kunci : brand/merek, marketing syariah, pemberian nama dalam marketing syariah

ABSTRACT

ANALYSIS OF GIVING UNIQUE NAMES TO FOODS ACCORDING TO SHARI'AH MARKETING

**(Case Study of War Noodles Jl. Kh. Hasyim Asyari No.37a / Jl. Youth Ahmad
No, 23 Bangkalan City)**

Current development will be progressing rapidly which is quite give a big impact on the surrounding community. One of these advances is in the culinary field. Various kinds of modern foods have been served by food businesses in unique and different ways with the aim and purpose of attracting consumers to buy their products, especially the younger generation who are very enthusiastic about innovations in all fields. However, this still needs to be reviewed from the sharia principles that have been established for creating the benefit of all people. This research uses descriptive qualitative method. The result of this research is that giving a unique name to the *Mie Perang* restaurant which is reviewed in sharia marketing is in accordance with sharia marketing or sharia principles. The owner of *Mie Perang* restaurant gave the unique name of *Mie Perang* by considering the benefit for all people and the surrounding environment, and based on his life experience that can motivate others. In addition, it also prioritizes ethics or morals considering that in the Bangkalan area many Islamic boarding schools have been established.

Keywords : brand, sharia marketing, giving name in marketing sharia

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

DAFTAR TRANSLITERASI

Penulisan skripsi ini menggunakan transliterasi Arab-Indonesia yang ditetapkan dalam pedoman teknik penulisan skripsi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura sebagai berikut

NO	ARAB	INDONESIA	ARAB	INDONESIA
1	ا	'	ط	t{
2	ب	B	ظ	z{
3	ت	T	ع	'
4	ث	Th	غ	Gh
5	ج	J	ف	F
6	ح	h{	ق	Q
7	خ	Kh	ك	K
8	د	D	ل	L
9	ذ	Dh	م	M
10	ر	R	ن	N
11	ز	Z	و	W
12	س	S	هـ	H
13	ش	Sh	ء	,
14	ص	s{	ي	Y

15	ض	d{		
----	---	----	--	--

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang madd ditulis dengan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf a<, i< dan u<.

Bunyi hidup dobel (*diftong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf ay dan aw. Bunyi hidup (*vocalization* atau *harakah*) huruf konsonan akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut.

KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*Rabbil'alamien, lantunan kalimat syukur selalu penulis hadirkan pada Sang Pemberi Rahmat atas segala limpahan taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Keluarga dan para sahabatnya yang telah menjadi jalan bagi umatnya dalam menempuh keselamatan dan kebahagiaan dengan berbagai ilmu dan pengetahuan yang benar.

Skripsi ini berjudul “ANALISIS PEMBERIAN NAMA UNIK PADA MAKANAN MENURUT MARKETING SYARI’AH (STUDI KASUS MIE PERANG JL. KH.HASYIM ASYARI NO.37A / JL. PEMUDA AHMAD NO, 23 KOTA BANGKALAN)”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik penyusunan, pengalaman, dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritikan dan saran untuk perbaikan sangat penulis harapkan.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, berbagai hambatan kesulitan penulis hadapi, namun berkat rahmat, taufiq dan hidayah Allah, dan berbagai dorongan serta bimbingan dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tentunya keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya orang-orang yang selalu siap membantu dan terus memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan akhir ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

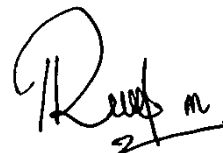
1. Kedua orang tua tuaku tercinta (H. Moh Bahri dan Hj. Rumsiyah) yang senantiasa mendoakan saya disetiap sholat-sholatnya, dan terimakasih untuk dukungannya, pengorbanannya dan kasih sayang yang selalu dan tiada henti-hentinya di berikan kepada saya.
2. Kakek (Alm H. Ali Su'udi) dan Nenek (Hj. Suhamdah) tersayang yang selalu menjadi penyemangat hidupku serta seluruh keluarga besar atas do'anya tanpa dukungan mereka saya tidak akan merasakan mengenyam pendidikan di Universitas Trunojoyo Madura.
3. KH. M Mukhlis Muhsin selaku Pengasuh PP. Al Anwar yang telah mendo'kan saya.
4. Ibu Lailatul Qadariyah, S.H.I., M.E.I selaku Wakil Dekan I, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dengan sabar serta memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Shofiyun Nahidloh, S.Ag., M.H.I., selaku Dekan Fakultas Keislaman, dan Bapak Ali Hisyam, Ph.D. selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Abdur Rahman, S.Ag., M.E.I selaku Wakil Dekan III

6. Bapak Khoirun Nasik, S.HI, M.HI selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Keislaman.
7. Bapak Achmad Badarus Syamsi S.HI.MH, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Keislaman yang telah memberikan dukungan dan ijin penelitian.
8. Bapak Dahruji, S.E., M.EI selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang selalu siap sedia dalam memberikan pencerahan bagi mahasiswa Ekonomi Syariah terutama saya. Dan berkat beliau lah saya bisa merasakan rasanya mengenyam Pendidikan di Universitas Trunojoyo Madura.
9. Bapak dan Ibu Dosen serta para Staf Fakultas Keislaman yang telah memberikan pelayanan yang baik bagi segenap mahasiswa.
10. Bapak Fauzan selaku *Owner* beserta karyawan Mie Perang yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Mie Perang Bangkalan
11. Keluarga besar Ekonomi Syariah kelas A, teman seperjuangan selama di kampus.
12. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Ekonomi Syariah (HIMAESYA) yang menjadi pijakan pertama dan keluarga besar di kampus.
13. Tunangan saya (Ely Kamilia) yang selalu menemani dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Temen-teman senasip seperjuangan yaitu: Mahrus Sholeh, Masturi, Nurul Huda, Lukman Hakim, Abd Kholik, Kholilur Rohman, Syaifullah,

Moh Sufi, Moh Najib, Imam Syafi'i, Dzakiyyatul Aqliyyah dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebut satu-persatu yang telah membantu sumbangsih doa, usaha dan motivasinya. Semoga pertolongan serta doa kalian menjadi amal jariyah dan semoga Allah SWT selalu selalu bersama kalian.

Disadari masih banyaknya kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak.

Bangkalan, 06 Juli 2021



Roby Muhammad
170721100117

MOTTO

“Jangan Putus Asa Teruslah Berjuang Pasti Ada Jalan”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASL.....	vi
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
MOTTO.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN TEORI.....	14
A. Brand/Merek.....	14
1. Pengertian Merek.....	14
2. Ruang Lingkup Merek.....	15
3. Fungsi Merek.....	16
B. Marketing Syariah.....	16
1. Pengertian Pemasaran.....	16
2. Pengertian Marketing Syariah.....	18

3. Prinsip-Prinsip Marketing Syariah.....	22
C. Pemberian Merek dalam Marketing Syariah.....	23
1. Penamaan Merek.....	23
2. Unik	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis penelitian.....	30
B. Lokasi penelitian.....	30
C. Sumber Data.....	30
1. Data Primer.....	30
2. Data Sekunder.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Dokumentasi.....	31
2. Wawancara.....	32
3. Observasi.....	33
E. Teknis Analisis Data.....	34
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	34
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	34
3. Penarikan Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing</i>).....	34
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Mie Perang.....	36
1. Sejarah Mie Perang.....	36
2. Struktur Kerja Mie Perang.....	42
3. Komposisi Mie perang.....	43
4. Deskripsi Tentang Responden.....	43
B. Analisis Pemberian Nama Unik Pada Makanan Mie Perang Menurut Marketing Syariah45	
BAB V PENUTUP.....	54
A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pekerjaan karyawan.....	42
Tabel 4.2 Komposisi.....	43
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Pekerjaan Informan	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Usia Informan	44
---------------------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	61
LAMPIRAN 2.....	62
LAMPIRAN 3.....	63
LAMPIRAN 4.....	64
LAMPIRAN 5.....	65
LAMPIRAN 6.....	65
LAMPIRAN 7.....	66
LAMPIRAN 8.....	66
LAMPIRAN 9.....	67
LAMPIRAN 10.....	68
LAMPIRAN 11.....	69
LAMPIRAN 12.....	70
LAMPIRAN 13.....	70