

ABSTRAK

MASJINAWATI,” Strategi Bersaing Home Industri Krupuk Amplang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Kertasada Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep)”.
Pembimbing Lailatul Qadariyah, S.HI.,M.EI, Jurusan Ekonomi Syariah 2017.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa rumusan masalah tentang bagaimana strategi bersaing home industri krupuk amplang dalam perspektif ekonomi islam di desa kertasada.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara terhadap produsen home industri krupuk amplang serta teknik dokumentasi yang berhubungan dengan data-data penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bersaing home industri krupuk amplang di Desa Kertasada yakni, Dari 8 home industri 4 home industri atau 50% home industri yang bersaing di desa Kertasada Kec. Kalianget mengutamakan kualitas produk untuk mempertahankan produknya dengan produsen krupuk amplang. Sementara 25% atau 2 home industri lainnya memfokuskan pada pemasaran dan segmentasi pasar. Dimana produsen selain memperhatikan produk ia juga sangat memperhatikan strategi pemanasan untuk menarik lebih banyak konsumen. Mulai dari pemberian diskon, penyiapan jasa antar jemput, pembagian THR dan memanfaatkan relasi teman dan sanak keluarga yang memiliki jabatan yang berpengaruh untuk memasarkan produk krupuk amplang yang diproduksinya. Bahkan dengan strategi ini pemasaran krupuk amplang hingga keluar kota seperti Pamekasan, Sampang dan Bangkalan dan ada juga yang di luar pulau Madura seperti, Aceh dan Jogjakarta. Dari 25% sisanya menitikberatkan pada harga jual, seperti gratis antar jemput dan memanfaatkan moment-moment tertentu untuk menaikkan harga. sedangkan pada perspektif ekonomi islam home industri yang ada di Desa Kertasada bersaing dengan cara yang sehat. Para produsen home industri krupuk amplang di Desa Kertasada Kabupaten Sumenep pun juga demikian mereka melakukannya dijalur mereka masing-masing tidak ada yang melakukan penurunan harga yang drastis untuk mematikan harga pesaing atau saling mengunggulkan dan menjatuhkan produk home industri yang lainnya.

Kata Kunci: *Home Industri, Krupuk Amplang, Strategi Bersaing*

ABSTRACT

MASJINAWATI, "Competitive Strategy of Amplang Krupuk Home Industry in Islamic Economic Perspective (Case Study in Kertasada Village, Kalianget District of Sumenep Regency)". Advisor LailatulQadariyah, S.HI., M.EI, Department of Sharia Economics 2017.

This research was conducted to answer some problem formulation about how to compete industry strategy of krupuk amplang in perspective of Islamic economy in papaya village.

this research uses qualitative method with descriptive approach by using data collecting technique in the form of interview to the manufacturer of krupuk amplang home industry as well as documentation techniques related to research data and data analysis techniques used in this research descriptive analysis.

The results of this study indicate that the competitive strategy of industrial krupuk amplang in Kertasada Village that is, From 8 home industries 4 home industry or 50% home industry competing in the village KertasadaKec. Kalianget prioritizes product quality to maintain its products with krupuk amplang.Sementara producers 25% or 2 other home industries focus on marketing and market segmentation. Where producers in addition to pay attention to the product he is also very concerned about the heating strategy to attract more consumers. Starting from the provision of discounts, the preparation of shuttle services, distribution of THR and utilize relations of friends and relatives who have an influential position to market the product of krupuk amplangdiproduksinya. Even with this strategy marketing krupuk amplang to out of town like Pamekasan, Sampang and Bangkalan and there are also outside the island of Madura such as, Aceh and Jogjakarta. Of the remaining 25% focus on the selling price, such as free pickup and take advantage of certain moments to raise prices. While on the economic perspective of Islamic home industry in the village of Kertasada compete in a healthy way. The manufacturers of industrial home krupuk amplang in Kertasada Village Sumenep regency was also so they do it in their respective nobody did a drastic price reduction to turn off the price of competitors or mutually favor other home industry products.

Keywords: Home Industry, Krupuk Amplang, Competitive Strategy

