



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
PADA USAHA RATU ECENG MENURUT PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

NAURA HANNA NAZHIFA 2210116053

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2026



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN
PADA USAHA RATU ECENG MENURUT PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

NAURA HANNA NAZHIFA 2210116053

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Naura Hanna Nazhifa

NIM : 2210116053

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Naura Hanna Nazhifa)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Naura Hanna Nazhifa
NIM : 2210116053
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Pada Usaha Ratu Eceng Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Juli 2026
Yang menyatakan,

The image shows an official stamp of Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. The stamp is rectangular with a yellow border. Inside, there is a red circular emblem with a Garuda bird. To the left of the emblem, the text 'UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA' is written vertically. To the right, the text 'METERAN TEMPORER' is written, followed by a handwritten signature in black ink. Below the signature, the text 'CEB38ANX42190212' is printed.

(Naura Hanna Nazhifa)

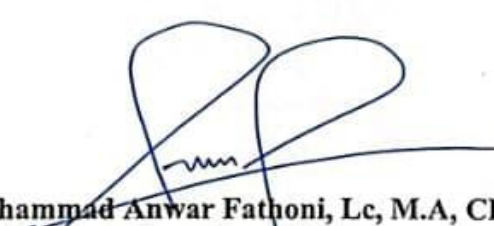
SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN PADA USAHA RATU ECENG MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NAURA HANNA NAZHIFA 2210116053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 6 Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

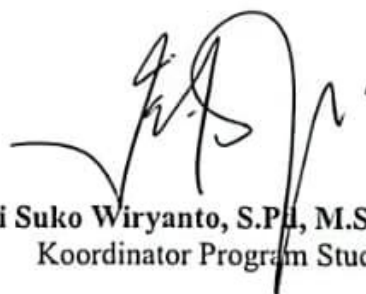

Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF
Ketua Penguji


Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.
Penguji I


Tati Handayani, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan


Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Juli 2026

Analysis of Marketing Development Strategies at Ratu Eceng from the Perspective of Islamic Business Ethics

By Naura Hanna Nazhifa

ABSTRACT

The trend toward environmentally friendly products continues to grow, creating market opportunities for handicrafts made from natural materials. However, the marketing efforts of Ratu Eceng Business, a producer of water hyacinth crafts, remain suboptimal particularly in the digital sphere, so these opportunities have not yet been fully realized. This study aims to comprehensively reveal effective marketing development strategies for Ratu Eceng Business that align with the principles of Islamic business ethics. The research method employed is a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted using the marketing mix framework and SWOT analysis to identify internal and external business factors. The findings indicate that Usaha Ratu Eceng applies all seven elements of the marketing mix comprehensively, with strengths in product innovation, value-based pricing, and integrated promotion. The SWOT analysis places the enterprise in Quadrant I, with an X-axis score of 1.24 and a Y-axis score of 0.55, thereby justifying the adoption of a growth (aggressive) strategy. From the perspective of Islamic business ethics, the marketing practices are consistent with the four attributes of the Prophet Muhammad (peace be upon him) and the five fundamental principles of Islamic business ethics, while remaining free from gharar, tadlis, and ihtikar. Thus, the marketing development strategy of Usaha Ratu Eceng not only effectively enhances competitiveness but is also grounded in Sharia values that lead to business prosperity.

Keywords: *marketing development strategy, SWOT, marketing mix, Islamic business ethics*

Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Pada Usaha Ratu Eceng Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Oleh Naura Hanna Nazhifa

ABSTRAK

Tren penggunaan produk ramah lingkungan terus meningkat dan membuka peluang pasar bagi kerajinan berbahan alami. Akan tetapi, pemasaran Usaha Ratu Eceng, produsen kerajinan eceng gondok, belum optimal, terutama secara digital, sehingga peluang tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara komprehensif strategi pengembangan pemasaran pada Usaha Ratu Eceng yang efektif dan selaras dengan prinsip etika bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *marketing mix* dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha. Hasil penelitian menyatakan bahwa Usaha Ratu Eceng menerapkan ketujuh unsur bauran pemasaran secara menyeluruh dengan keunggulan pada inovasi produk, harga berbasis nilai, dan promosi terpadu. Analisis SWOT menempatkan usaha pada Kuadran I dengan nilai sumbu X 1,24 dan sumbu Y 0,55 sehingga tepat menerapkan strategi pertumbuhan (*agresif*). Dari perspektif etika bisnis Islam, praktik pemasaran telah selaras dengan empat sifat Rasulullah saw. dan lima prinsip dasar etika bisnis Islam serta terbebas dari *gharar*, *tadlis*, dan *ihtikar*. Dengan demikian, strategi pengembangan pemasaran Usaha Ratu Eceng tidak hanya efektif meningkatkan daya saing, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai syariah yang mengarah pada keberkahan usaha.

Kata kunci: strategi pengembangan pemasaran, swot, *marketing mix*, etika bisnis Islam



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Senin, tanggal 6 Juli 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir
bagi mahasiswa:

Nama : Naura Hanna Nazhifa

NIM : 2210116053

Program Studi : Ekonomi Syariah S1

Judul Tugas Akhir :

**Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Pada Usaha Ratu Eceng Menurut
Perspektif Etika Bisnis Islam**

Dinyatakan yang bersangkutan ~~Lulus~~ / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Sidang Ulang~~*, dengan Nilai Rata-Rata^{82,22}
dan Nilai Huruf ~~A~~.....

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Muhammad Anwar Fathoni, Lc, M.A, CDIF	Ketua	
2	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Anggota I	
3	Tati Handayani, S.E, M.M.	Anggota II **)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 6 Juli 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran pada Usaha Ratu Eceng Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam". Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, arahan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I., M.E.I., CDIF selaku Kepala Jurusan Ilmu Ekonomi. Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah. Ibu Tati Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan, baik secara moril maupun materiil selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemilik Usaha Ratu Eceng beserta seluruh informan penelitian yang telah meluangkan waktu dan bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian berlangsung. Selain itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada sahabat, teman-teman seperjuangan Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan, semangat, doa, dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini pada masa yang akan datang.

Jakarta, 6 Juli 2026

Naura Hanna Nazhifa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Hasil Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Strategi Pengembangan Pemasaran	22
2.2.2 Konsep UMKM.....	23
2.2.3 Bauran Pemasaran	24
2.2.4 Etika Bisnis Islam	27
2.3 Deskripsi Objek Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	32

3.3 Objek, Subjek Penelitian dan Sumber Data	32
3.3.1 Objek Penelitian	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	33
3.3.1 Sumber Data.....	33
3.4 Teknik pengumpulan dan pengolahan data	33
3.4.1 Wawancara	33
3.4.2 Observasi.....	33
3.4.3 Dokumentasi	34
3.5 Teknik Validitas Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.7 Riset Desain	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	42
4.1 Wawancara	42
4.1.1 Wawancara dengan Pemilik Usaha Ratu Eceng.....	42
4.1.2 Wawancara dengan Karyawan Usaha Ratu Eceng.....	43
4.1.3 Wawancara dengan Pembeli 1.....	44
4.1.4 Wawancara dengan Pembeli 2.....	45
4.1.5 Wawancara dengan Perwakilan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang	45
4.1.6 Wawancara dengan Akademisi.....	46
4.2 Observasi.....	47
4.3 Dokumentasi	52
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	55
5.1 Strategi Pengembangan Pemasaran Menurut Marketing Mix	55
5.1.1 Analisis Marketing Mix	55
5.1.2 Produk	56
5.1.3 Harga	59
5.1.4 Tempat.....	60
5.1.5 Promosi	62
5.1.6 Orang.....	65
5.1.7 Proses	66
5.1.8 Bukti Fisik.....	68
5.2 Strategi Pengembangan Pemasaran Melalui Analisis SWOT.....	70
5.2.1 Analisis SWOT dan Matriks IFE, EFE, dan IE.....	70

5.2.2 Pengumpulan Data	73
5.2.3 Tahap Analisis	79
5.3 Penerapan Strategi Pemasaran dengan Nilai Etika Bisnis Islam	86
5.3.1 Penerapan Empat Sifat Rasulullah saw. dalam Strategi Pemasaran	86
5.3.2 Penerapan Lima Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam.....	88
BAB VI SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	90
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Keterbatasan.....	91
6.3 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
RIWAYAT HIDUP.....	98
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kontribusi UMKM atas PDB di Beberapa Negara	2
Tabel 2. Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. Matriks Analisis SWOT	37
Tabel 4. Data Faktor Internal	73
Tabel 5. Data Faktor Eksternal.....	75
Tabel 6. IFAS Usaha Ratu Eceng	76
Tabel 7. EFAS Usaha Ratu Eceng.....	78
Tabel 8. Matriks SWOT Usaha Ratu Eceng.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Riset Desain.....	39
Gambar 2. Wawancara dengan Pemilik Usaha Ratu Eceng.....	43
Gambar 3. Wawancara dengan Karyawan Usaha Ratu Eceng.....	44
Gambar 4. Wawancara dengan Pembeli 1 Usaha Ratu Eceng	45
Gambar 5. Wawancara dengan Pembeli 2 Usaha Ratu Eceng	45
Gambar 6. Wawancara dengan Perwakilan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang	46
Gambar 7. Wawancara dengan Akademisi.....	47
Gambar 8. <i>Gallery</i> Ratu Eceng	47
Gambar 9. Tempat Penyimpanan Produk Ratu Eceng	48
Gambar 10. Website Ratu Eceng.....	48
Gambar 11. Instagram Ratu Eceng	49
Gambar 12. Tiktok Ratu Eceng.....	50
Gambar 13. Shopee Ratu Eceng.....	50
Gambar 14. Tokopedia Ratu Eceng.....	51
Gambar 15. PaDi UMKM Ratu Eceng	51
Gambar 16. Piagam Penghargaan Usaha Ratu Eceng.....	52
Gambar 17. Sertifikat Pelatihan Usaha Ratu Eceng.....	53
Gambar 18. Sertifikat Apresiasi Usaha Ratu Eceng.....	53
Gambar 19. Kuadran SWOT Usaha Ratu Eceng	80
Gambar 20. Matriks IE Usaha Ratu Eceng	81

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Formulir Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi
- Lampiran 2. Formulir Monitoring Bimbingan
- Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Wawancara Pemilik Usaha Ratu Eceng
- Lampiran 4. Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan Usaha Ratu Eceng
- Lampiran 5. Daftar Pertanyaan Wawancara Pembeli Usaha Ratu Eceng
- Lampiran 6. Daftar Pertanyaan Wawancara Perwakilan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang
- Lampiran 7. Daftar Pertanyaan Wawancara Akademisi
- Lampiran 8. Transkrip Wawancara