

**MARKETING MAXIM-BIKE DI KOTA KENDARI
DALAM TINJAUAN MARKETING SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

BUDI USMAN T
NIM: 18050101029

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi yang berjudul **“Marketing Maxim-Bike di Kota Kendari Dalam Tinjauan Marketing Syariah”** melalui bimbingan Alfian Toar SP, MM, dan Sodiman M.Ag telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini belum ada karya yang sudah diajukan sebelumnya dalam mendapatkan sertifikasi empat tahun di Perguruan Tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan salinan, tiruan, plagiat yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 31 Agustus 2022

Penulis Skripsi



Budi Usman T

NIM. 18050101029

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Budi Usman T
Nim : 18050101029
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Marketing Maxim-Bike Di Kota Kendari Dalam Tinjauan Marketing Syariah”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kendari 31 Agustus 2022

Yang menyatakan,


Budi Usman T

18050101029

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabiil ‘alamin puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang selalu mencurahkan rahmat dan hidayah serta inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman Jahiliyyah menuju zaman yang penuh dengan cahaya Islam saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Marketing Maxim-Bike Di Kota Kendari Dalam Tinjauan Marketing Syariah”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akhir bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studi SI Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan banyak dukungan, terutama keluarga, penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi penelitian ini tidak terlepas dari dukungan orang tua saya yakni Bapak Baba Said dan Ibu Masriyani yang mendoakan, merawat, mendidik, dan menyekolahkan penulis hingga keperguruan tinggi dan motivasi-motivasi yang diberikan kepada penulis.

Selain itu juga, dengan segala ketulusan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Rektor IAIN Kendari Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd, selaku yang telah memberikan arahan dan pembinaan guna keberhasilan studi penulis.

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Dr. H. Rusdin Muhalling, M.EI, yang telah memberikan segala fasilitas dalam menimba ilmu didalamnya.
3. Kepada Alfian Toar SP, MM, selaku Pembimbing I, dan Sodiman M.Agselaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan penuh ketekunan memberikan bimbingan dan saran yang penulis butuhkan sehingga hasil penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Muhammad Imran SE, M.Ak selaku penguji I, dan Nurjannah S. Kom, M.Pd, selaku penguji II, yang telah memberikan saran dan masukan yang penulis butuhkan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepada Abdul Wahid Mongkito S.Si, M.EI, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
6. Kepada Dr. Sulaemang L M.Th.I, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan yang sangat berarti bagi penulis.
7. Kepada Bapak Dosen dan Ibu Dosen yang sudah memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis bisa sampai ketahap penyusunan hasil penelitian.
8. Kepada seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan bagi penulis sehingga bisa sampai ketahap penyusunan hasil penelitian.
9. Kepada Tilman S.Sos, M.M sebagai kepala perpustakaan IAIN Kendari dan seluruh staf yang telah memfasilitasi penulis dalam mengakses sumber pustaka dalam penyelesaian penyusunan hasil penelitian ini.

10. Untuk teman-teman seperjuanganku, Husnul Hatimah, Aspita Ayu, Dian, Erwin Adi, Rajah Abdullah H, Novika Nur Aziza, Jusril Mahendra, Abdul Haris, Chairil Aldi, Herliani Muh. Kabir Rifai dan juga Asril, terima kasih atas dukungan, motivasi dan kebersamaan suka dan duka dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Untuk teman-teman angkatan 2018 khususnya kelas A& C dan teman-teman KKN posko 36 terima kasih atas dukungannya selama ini.
12. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan balasan yang lebih baik terutama mencurahkan berkat dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah turut memberikan bantuannya kepada penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik dari para pembaca yang bersifat konstruktif dan dari berbagai pihak demi kesempurnaan hasil penelitian ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Kendari, 31 Agustus 2022

Penulis,



Budi Usman T
18050101029

ABSTRAK

Budi Usman T. NIM 18050101012, Marketing Maxim-Bike Di Kota Kendari Dalam Tinjauan Marketing Syariah, Dibimbing oleh Alfian Toar SP,m MM, dan Sodiman M. Ag, Program Studi Ekonomi Syariah, 2022

Maxim merupakan layanan jasa yang bergerak pada transportasi online berbasis aplikasi yang telah berdiri pada tahun 2003 di Rusia dan masuk di Indonesia pada tahun 2014 kemudian masuk di Kendari pada awal 2020. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana marketing maxim-bike dalam menarik minat konsumen di Kota Kendari, bagaimana strategi digital marketing maxim-bike di Kota Kendari, mengetahui bagaimana bauran pemasaran maxim cabang Kendari, dan mengetahui bagaimana nilai-nilai pemasaran syariah pada maxim-bike Kota Kendari.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, observasi partisipasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa marketing maxim pada cabang Kendari melakukan promosi dengan pendekatan *soft selling*, pendekatan *soft selling* menggunakan media social sebagai sarana promosi seperti *Instagram* dan *TikTok*. Adapun strategi marketing mix 7p pada maxim Kendari yakni, produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), tempat (*Place*), orang (*People*), proses (*Process*), dan bukti fisik (*Physical Evidence*). Adapun nilai-nilai pemasaran syariah pada penelitian marketing maxim-bike dalam menarik minat konsumen di Kota Kendari ialah nilai-nilai kebenaran (*Shiddiq*), terpercaya (*Amanah*), komunikasi (*Tabligh*), cerdas (*Fathonah*), dan berani (*Syaja'ah*).

Kata kunci: Marketing, Strategi Digital Marketing, Marketing Syariah.

ABSTRACT

Budi Usman T. NIM 18050101012, Maxim-Bike Marketing In The City Of Kendari In Sharia Marketing Review, Supervised by Alfian Toar SP, m MM, and Sodiman M. Ag, Sharia Economics Study Program, 2022

Maxim is a service that is engaged in application-based online transportation that was established in 2003 in Russia and entered Indonesia in 2014 then entered Kendari in early 2020. The purpose of this research is to find out how maxim-bike marketing is in attracting consumer interest in the city of Kendari, how is the maxim-bike digital marketing strategy in the city of kendari, knowing how the maxim-bike marketing mix is in the Kendari branch, and knowing how the sharia marketing values are in the maxim-bike in the city of kendari.

This research uses descriptive qualitative research using observation data collection techniques, participatory observation, interviews and documentation. data reduction analysis techniques, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study can be concluded that marketing maxim at the Kendari branch carries out promotions with a soft selling approach, the soft selling approach uses social media as a means of promotion such as Instagram and Tiktok. As for the 7P Marketing mix Strategy in the kendari maxim, Namely, product (Product), price (Price), promotion (Promotion), place (Place), people (People), process (Process), and physical evidence. (Physical Evidence). The sharia marketing values in maxim-bike marketing research in attracting consumers in the city of Kendari are the values of truth (Shiddiq), trustworthy (Amanah), communication (Tabligh), intelligent (Fathonah), and courageous (Syaja'ah).

Keywords: Marketing, Digital Marketing Strategy, Sharia Marketing.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan penelitian	9
1.5. Manfaat penelitian	9
1.6. Definisi Operasional	10
1.7. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu Yang relevan.....	13
2.2. Landasan Teori.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
3.3. Data dan Sumber Data	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	38
3.5. Teknik Analisis Data	40
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Hasil Penelitian.....	46
4.2. Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	97
5.1. Kesimpulan	97

5.2. Saran.....	102
5.3. Limitasi Penelitian.....	102

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DOKUMENTASI
BIOGRAFI PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Penyedia Jasa Transportasi Online di Indonesia	5
Tabel 3.1 Analisis Taksonomi Marketing Maxim-Bike Di Kota Kendari	36
Tabel 3.2 Model Analisis Taksonomi Syariah Maxim-Bike Di Kota Kendari	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Maxim	40
Gambar 2. Layanan Bike	46
Gambar 3. Layanan Marketplace	46
Gambar 4. Layanan Delivery	46
Gambar 5. Layanan Life.....	46
Gambar 6. Reservasi	47
Gambar 7. Titik lokasi penjemputan pada aplikasi	50
Gambar 8. Titik lokasi tujuan pada aplikasi.....	50
Gambar 9. Akun Sosial Media Maxim Kendari.....	52
Gambar 10. PDiskon dan Promo di Akun Sosial Media Maxim Kendari	52
Gambar 11. Postingan @KendariInfo	53
Gambar 12. Postingan @SultraHitz	53
Gambar 13. Postingan @Kabarkendari	54
Gambar 14. Postingan @SultraInformasi	54
Gambar 15. Postingan @Sultra24Jam.....	54
Gambar 16. Postingan @Steven.Stenlyy	55
Gambar 17. Akun Tiktok Serta Postingan @Rullysarjana.....	56
Gambar 18. Proses Mengambil Orderan	59
Gambar 19. Proses Mengambil Orderan	60
Gambar 20. Proses Mengambil Orderan	60
Gambar 21. Proses Mengambil Orderan	60
Gambar 22. Proses Penyampaian Produk Layanan Maxim	62
Gambar 23. Proses Penyampaian Produk Layanan Maxim	62
Gambar 24. Proses Pemasangan Stiker	62
Gambar 25. Iklan Maxim	63
Gambar 26. Konten Iklan Maxim	64
Gambar 27. Postingan Instastory Maxim Endari	64
Gambar 28. Contoh Orderan Fiktif	69
Gambar 29. Fitur Obrolan Pada Taxsee Driver.....	70