

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
USAHA BAJU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)

**MARKETING STRATEGY IN FACING COMPETITION OF CLOTHING
BUSINESS ACCORDING TO ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE**

(Case Study at Toko Alula Grosir Palembang)

Disusun Oleh :

Nama : Aisyah Rahmadani Putri

NIM : 201801006

Pembimbing I : Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si

Pembimbing II : Amir Salim, S.E.I., M.E

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan
Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi
Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)
Nama : Aisyah Rahmadani Putri
NPM : 201801006
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I



Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si
NIDN. 2103118601

Pembimbing II



Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI


Skripsi berjudul : Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)
Nama : Aisyah Rahmadani Putri
Npm : 201801006
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah disetujui tim penguji munaqasah

Ketua :


Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si
NIDN. 2103118601

Penguji I :


Muharir, M.E., Sy
NIDN. 2115109101

Penguji II :


Nova Yanti Maleha S.E M.M
NIDN. 2104117402

Diuji di Palembang pada tanggal : 26 Agustus 2022

Waktu : 08.00 – 09.30 WIB

Predikat Kelulusan : Memuaskan/ Sangat Memuaskan/ Cumalude:

coret yang tidak perlu

LEMBAR PENGESAHAN

“JUDUL SKRIPSI”

“Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Baju Menurut
Perspektif Ekonomi Islam

(Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)”

SKRIPSI

Diajukan untuk persyaratan guna mendapatkan Gelar Sarjana Strata I (Satu)
Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun Oleh

AISYAH RAHMADANI PUTRI

201801006

Pembimbing I

Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si
NIDN. 2103118601

Pembimbing II

Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

Diketahui dan Disahkan Oleh

Ketua STEBIS IGM

H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

Kaprodi Ekonomi Syariah

Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302


LEMBAR REVISI

Nama : Aisyah Rahmadani Putri
NPM : 201801006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan
Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi
Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)

Ketua Penguji :


Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si
NIDN. 2103118601

Penguji I :



Muharir, M.E., Sy
NIDN. 2115109101

Penguji II :


Nova Yanti Maleha S.E M.M
NIDN. 2104117402

Palembang, 26 Agustus 2022

Kaprodi Ekonomi Syariah


Amir Safim, S.E.I., M.E
NIDN. 2122028302

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Rahmadani Putri
NPM : 201801006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan
Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)

Menyatakan bahwa skripsi saya merupakan hasil karya ilmiah sendiri didampingi Pembimbing dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademika dari kampus STEBIS IGM Palembang sesuai aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Palembang, 26 Agustus 2022



Aisyah Kanmadani Putri
NPM. 201801006

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas akademi STEBIS IGM, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisyah Rahmadani Putri
NPM : 201801006
Program Studi : Ekonomi Syariah
Institusi : Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi dan bisnis Syariah Indo
Global Mandiri Palembang
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STEBIS IGM Hak bebas Royalti (Non-Exclusive Royalti Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)

Beserta perangkat saya yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas royalti noneklusif ini STEBIS IGM 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 sebenarnya.

Palembang, 26 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Aisyah Rahmadani Putri
NPM. 201801006

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif		Tidak dilambangkan
ب	Ba ^ʿ	B	Be
ت	Ta ^ʿ	T	Te
ث	Sa ^ʿ	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa ^ʿ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha ^ʿ	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa ^ʿ	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa ^ʿ	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa ^ʿ	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha ^ˆ	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

ددة	Ditulis	„iddah
-----	---------	--------

C. Ta' Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرَامَةِ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-auliya ^ˆ
-----------------------------	---------	--------------------------------

3. Bila ta^ˆ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر ر	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
-----------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

فَعَلَ	Fathah	Ditulis	fa`ala
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	Žukira
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	Yazhabu

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	Ditulis	Â
	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	Jâhiliyyah
2	fathah + ya` mati	Ditulis	Â
	تَنَسَّى	Ditulis	Tansâ
3	kasrah + ya` mati	Ditulis	Î
	كَرِيمٌ	Ditulis	Karîm
4	dammah + wawu mati	Ditulis	Û
	فُرُودٌ	Ditulis	Furûd

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Berangkatlah dengan penuh keyakinan

Berjalan dengan penuh keikhlasan

Istiqomah dalam menghadapi masalah

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT karena atas izin dan ridho- Nya yang telah memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua Orang tua tercinta, Bapak Agus Salim (alm) dan Ibu Sukrabah dengan segenap cintanya memberikan kekuatan, baik lahiriyah maupun bathiniyah, sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ini. Semoga Allah selalu mencurahkan kasih sayang terhadap keduanya, sebagaimana mereka menyanangi putri kecilnya.
2. Saudara-saudara yang telah memberikan dukungan, dan selalu mendorong untuk cepat-cepat menyelesaikan perkuliahan (lulus).
3. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 program studi Ekonomi Syariah yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamaterku Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM).

ABSTRAK

Dalam mendirikan usaha, tentunya akan ada persaingan usaha, dan semakin lama maka semakin ketat pula persaingan usaha, maka dari itu toko Alula grosir Palembang perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Alula Grosir Palembang dalam menghadapi persaingan usaha menurut perspektif ekonomi islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder yang didapat dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil dan kesimpulan strategi yang digunakan oleh Toko Alula Grosir Palembang ialah : menggunakan strategi bauran pemasaran 4P yaitu : a. Product, Strategi Produk kepada konsumen dengan menyediakan produk berbagai macam model, ukuran serta warna dan untuk kualitas bahannya bagus dan nyaman. b. Price, Strategi Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual. c. Place, Strategi Tempat dan Distribusi memiliki lokasi yang strategis karena letaknya di pasar, sistem pendistribusian dilakukan distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. d. Promotion, Strategi Promosi dengan menggunakan instagram, facebook. Dan Terkait strategi pemasaran syariah mereka sudah menerapkan apa yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dahulu yakni mengutamakan sifat seperti *shiddiq* (benar atau jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas), *tabligh* (komunikatif), dan *istiqamah* (konsisten).

Kata kunci : Strategi pemasaran, persaingan usaha

ABSTRACT

In setting up a business, of course there will be business competition, and the longer the business competition is getting tougher, therefore the Palembang wholesale Alula store needs to apply the right marketing strategy to overcome it. This study aims to find out how the marketing strategy is carried out by the Palembang Wholesale Alula Shop in facing business competition according to the perspective of Islamic economics. This research is a type of field research, using two types of data, namely primary data and secondary data obtained using data collection methods through observation, interviews (interviews) and documentation. After the data is collected, then the data is analyzed using a qualitative approach. Based on the research conducted, the results and conclusions of the strategy used by the Alula Wholesale Store Palembang are: using the 4P marketing mix strategy, namely: a. Product, Product Strategy to consumers by providing products of various models, sizes and colors and for good and comfortable material quality. b. Price, Price Strategy is set according to the quality of the product being sold. c. Place, Place and Distribution Strategy have a strategic location because of its location in the market, the distribution system is carried out by direct distribution and indirect distribution. d. Promotion, Promotion Strategy using Instagram, Facebook. And regarding their sharia marketing strategy, they have implemented what the Prophet Muhammad SAW did before, namely prioritizing traits such as shiddiq (true or honest), amanah (trusted), fathanah (intelligent), tabligh (communicative), and istiqamah (consistent).

Keyword : Marketing Strategy, Business Competition.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufiq dan hidayahnya sehingga penulis dapat menulis skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Baju Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Toko Alula Grosir Palembang)”**. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 (S1) di Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM).

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing atas saran dan kritikan serta memberi pengarahan baik tenaga, waktu, fikiran hingga selesai skripsi ini, yaitu kepada :

1. Allah SWT, terima kasih engkau sudah mendengar do'a-do'a hamba.
2. Kedua orang tuaku dan saudaraku yang paling aku sayang yang selalu memberikan doa, motivasi, dan tiada henti memberikan dukungan.
3. Bapak H. Chandra Satria, S.E., M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM).
4. Bapak Amir Salim, S.E.I., M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan selaku dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Waldi Nopriansyah, S.H.I., M.Si dan bapak Amir Salim, S.E.I., M.E selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi dan

memotivasi saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

6. Pemilik dan pegawai toko Alula Grosir Palembang yang telah membantu dalam menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan.
7. Sahabat-sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah mendukung dan memberikan support, semoga apa yang kita impikan menjadi kenyataan Aamiin.

Semoga bantuan mereka dapat menjadi amal yang bermanfaat dihari kemudian dan mendapat pahala disisinya Aamiin Ya Rabbal Alamin Jazakumullah Khairon Katsiro.

Palembang, Mei 2022
Penulis,

Aisyah Rahmadani Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR REVISI	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
A. Konsonan Tunggal	viii
D. Vokal Pendek	x
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11

1.5	Sistematika Penulisan	12
BAB 2	TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1	Strategi Pemasaran	14
2.1.1	Pengertian Strategi Pemasaran	14
2.1.2	Tujuan Strategi Pemasaran.....	17
2.1.3	Perumusan Strategi Pemasaran	17
2.2	Persaingan Usaha	19
2.2.1	Pengertian Persaingan	19
2.2.2	Pengertian Bisnis.....	20
2.2.3	Persaingan Usaha	21
2.3	Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	22
2.4	Pemasaran Syariah	24
2.4.1	Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	24
2.4.2	Dasar Hukum Pemasaran Syariah.....	26
2.4.3	Karakteristik Pemasaran Syariah	27
2.4.4	Nilai-nilai Pemasaran Dalam Islam	30
2.5	Penelitian Terdahulu.....	35
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	42
3.2	Jenis Penelitian	42
3.3	Sumber Data	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Wawancara.....	43

3.4.2	Observasi.....	44
3.4.3	Dokumentasi	44
3.5	Populasi dan Sampel	45
3.5.1	Populasi.....	45
3.5.2	Sampel.....	45
3.6	Teknik Analisis Data	45
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Sejarah Toko Alula Grosir Palembang.....	48
4.2	Visi dan Misi Toko Alula Grosir Palembang	49
4.2.1	Visi	49
4.2.2	Misi	49
4.3	Struktur Toko Alula Grosir Palembang.....	49
4.4	Strategi Pemasaran Toko Alula Grosir Palembang	50
4.5	Kendala Yang di hadapi Toko Alula Grosir Palembang	51
4.6	Strategi Pemasaran Toko Alula Grosir Palembang Dalam Menghadapi Persaingan Usaha	52
4.7	Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Toko Alula Grosir Palembang Menurut Perspektif Ekonomi Islam	56
4.7.1	Konsep Pemasaran Islam di Toko Alula Grosir Palembang	57
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
5.2.1	Bagi Karyawan Toko Alula Grosir Palembang	65
5.2.2	Bagi Penulis Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	66

LAMPIRAN	73
----------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar toko pesaing di pasar 16	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Alula Grosir Palembang dari tahun 2018 – 2020 .	7
Tabel 4.1 Pengurus Toko Alula Grosir Palembang	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1 Produk-produk di Toko Alula Grosir Palembang	73
---	----