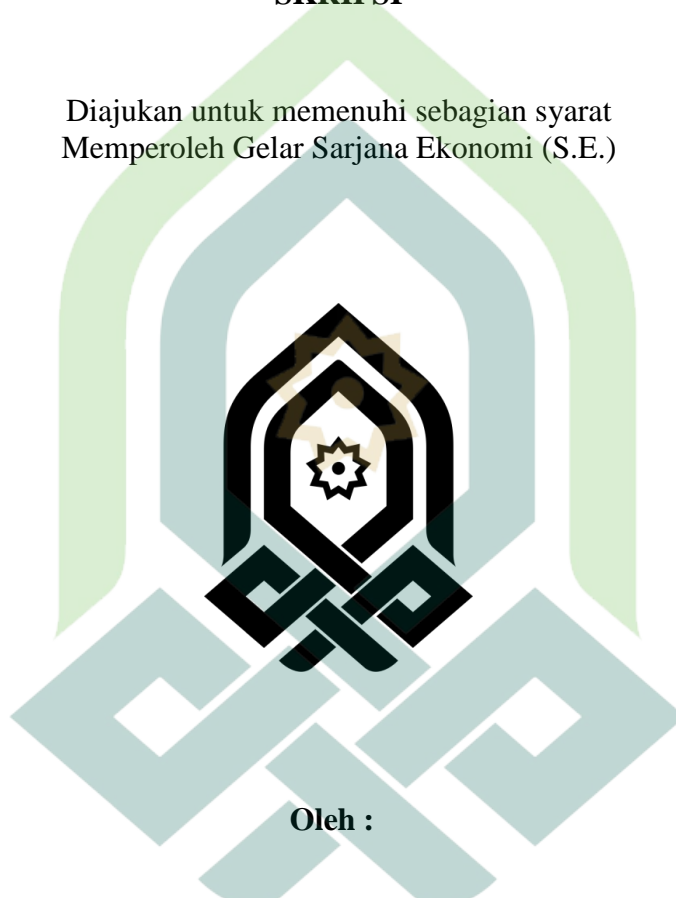


**STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DEVI
KERUDUNG DI KEDUNGWUNI PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI
NIM. 2013113134

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI**

NIM : **2013113134**

Judul : **Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan**

menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil publikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 04 Desember 2018

Yang menyatakan,



ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI

NIM. 2013113134

NOTA PEMBIMBING

M. Aris Safii, M.E.I.

Pisma Garden Residence Tirto, Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Alry Ba' Fitri As'adtiqti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i :

Nama : ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI

NIM : 2013113134

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DEVI
KERUDUNG DI KEDUNGWUNI PEKALONGAN

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 04 Januari 2019

Pembimbing

M. Aris Safii, M.E.I

NIP. 198512122015031004



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen Telpun 085728204134, Faksimili (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id E-mail: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI**
NIM : **2013113134**
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DEVI KERUDUNG DI KEDUNGWUNI PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Senin, 04 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Aenurofik, M.A
NIP. 19820120 201101 1 001

Penguji II

Ade Gunawan, M.M
NIP. 19810425 201503 1 002

Pekalongan, 18 Maret 2019

Disahkan oleh
Dekan,

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tand asekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ś	es (dengantitik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ž	zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	ş	es (dengantitik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)

ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	‘ain	’	komaterbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	ˆ	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar’atunjamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad(tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang samadengan huruf yang diberitand asyaddad tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti denganhuruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandangitu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. HurufHamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan setulus jiwa dan segenap rasa yang ada dalam hati, penulis haturkan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT dan Rasul mulia Muhammad SAW. Atas kehendak Allah SWT terselesainya langkah awal ini. Semoga keberhasilan untuk meraih cita-cita dapat terwujud.

Sebagai rasa cinta dan tanda kasih, ku persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Sutikno dan Ibunda Sri Robaya Bakti tercinta yang selalu memberi dukungan kasih sayang yang tiada hentinya, motivasi dan dalam setiap sujudnya mendoakan anakmu ini untuk menggapai kesuksesan dan keberkahan hidup.
2. Kakak tercinta Wulan Fibrias'adtiqi dan adik tercinta Muhammad Akbar Maulana dan keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan doa.
3. Sahabat-sahabat tersayang (M. Shuhaib Hafizudin, Khasanah Isnaini Aqna, Ikhda Millatina, Fairuz Nur Fikrina, Yuliana, Ivana, Nurul Ainil Mia, dan Elis Kumala Sari) yang selalu mendukung, membantu dan menemani setiap perjalanan yang saya tempuh selama berproses.
4. Teman-teman seperjuangan kelas D.
5. Teman-teman Tim KKN Desa Manggis, Sirampog Kabupaten Brebes.
6. Almamater tercinta Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.



MOTTO

“Pedagang yang jujur lagi terpercaya akan bersama dengan para Nabi, para shiddiqin dan para syuhada’ pada hari kiamat”

(HR. Ahmad).



ABSTRAK

As'adtiqti, Alry Ba' Fitri. 2018. Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing: M. Aris Safii, M.E.I.

Toko Devi Kerudung merupakan salah satu usaha bisnis Islam. Penjualan pada toko Devi kerudung setiap tahunnya mengalami peningkatan penjualan. Dibandingkan dengan toko kerudung lainnya yang sejenis penjualannya jauh lebih unggul pada toko Devi kerudung. Penjualan yang selalu meningkat dengan menerapkan strategi pemasaran Islami menjadikan peningkatan penjualan di setiap tahunnya pada toko Devi kerudung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan dalam meningkatkan penjualan dan menganalisis kelebihan serta kekurangan dari strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan menjabarkan secara jelas mengenai strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

Dari hasil penelitian ini adalah bahwa toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan dalam meningkatkan penjualan menerapkan strategi pemasaran Islami yang dirumuskan dalam empat paradigma yaitu strategi, taktik, nilai, dan spiritual pemasaran. Juga menerapkan karakteristik pemasaran Islami yaitu teitis, etis, realistis, dan humanistis. Juga Penerapan etika pemasaran dalam Islam mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabliqh. Kelebihannya adalah belum ada toko kerudung yang konsepnya sama di daerah tersebut. Kekurangannya adalah media promosi yang masih kurang.

Kata Kunci: Strategi pemasaran Islami, penjualan, SWOT.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan” di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di yaumul akhir nanti, Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang penulis miliki. Untuk itu mengharap segala pendapat, kritik dan saran yang bersifat membangun dalam skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedy Rohayana, M. Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

3. Bapak Agus Fakhrina, S. Ag, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak M. Aris Safii, M.E.I., selaku pembimbing skripsi yang telah menyetujui penelitian ini dan Terima kasih atas segala arahan bimbingannya selama ini dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis menyelesaikan skripsi.
5. Bapak M. Saif Askari, S.H, M.H., selaku Wali Dosen. Terima kasih atas segala arahannya pada setiap semester yang dilalui penulis.
6. Ibu Fitri, selaku pemilik toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan yang telah memberi izin untuk melakukan penelitian.
7. Bapak dan Ibu serta seluruh kerabat keluarga tercinta dan sahabat yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, do'a dan bimbingan kepada penulis.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan IAIN Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi.
9. Serta seluruh teman-teman S1 Ekonomi Syariah tahun angkatan 2013 yang selalu memberikan masukan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.

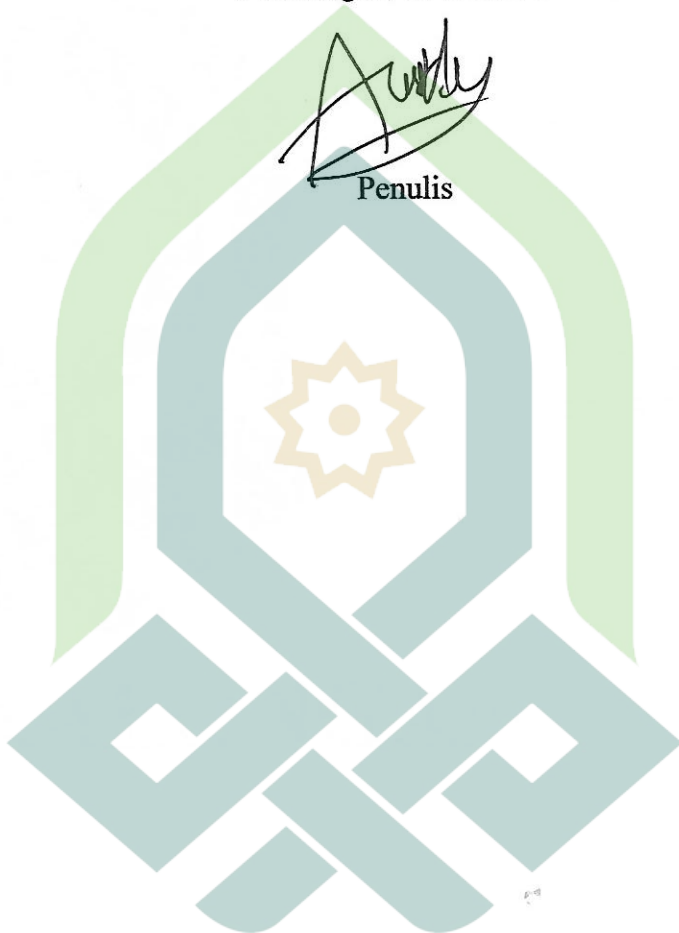
Akhir kata penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang memerlukan pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 Desember 2018



Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Metode Penelitian.....	7
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	7
2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	8
3. Sumber Data.....	8
4. Teknik Pengumpulan Data.....	9
5. Teknik Keabsahan Data.....	11
6. Teknik Analisis Data.....	13
G. Kerangka Berfikir.....	15
H. Sistematika Pembahasan.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Landasan Teori.....	18
1. Strategi Pemasaran.....	18
2. Strategi Pemasaran Islami.....	26
3. Prinsip-prinsip Pemasaran Islami.....	46
4. Peran dan Fungsi Pemasaran Dalam Islam.....	49
5. Etika Pemasaran Dalam Islam.....	53
6. Analisis SWOT.....	55
7. Analisis SWOT dalam perspektif Islam.....	58
B. Penelitian Terdahulu.....	59
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	69
A. Sejarah Berdiri dan Lokasi Toko Devi Kerudung.....	69
B. Visi, Misi dan Tujuan.....	72
C. Struktur Organisasi.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
A. Hasil Penelitian.....	76
1. Strategi Pemasaran Islami Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.....	76
2. Kelebihan dan Kekurangan dari Strategi Pemasaran Islami Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.....	83
B. Pembahasan.....	92
1. Analisis Strategi Pemasaran Islami Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.....	92
2. Analisis Kelebihan dan Kekurangan dari Strategi Pemasaran Islami Pada Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.....	120
BAB V PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	134
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan Tahun 2015-2017.....	2
Tabel 1.2 Data Laporan Penjualan Pada Setiap Toko Kerudung di Pekalongan Tahun 2017.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel 4.1 Data Penjualan Toko Devi Kerudung Kedungwuni Pekalongan Tahun 2015-2017.....	107
Tabel 4.2 Data Laporan Penjualan Pada Setiap Toko Kerudung di Pekalongan Tahun 2017.....	108
Tabel 4.3 Analisa SWOT Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Dari Toko Devi Kerudung Kedungwuni Pekalongan.....	117





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3 Triangulasi Metode.....	12
Gambar 1.4 Triangulasi Sumber.....	13
Gambar 1.5 Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Toko Devi Kerudung.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Pihak Toko Devi Kerudung di Kedungwuni
Pekalongan
- Lampiran Transkrip Wawancara Pembeli Toko Devi Kerudung di Kedungwuni
Pekalongan
- Lampiran 2 Pedoman Wawancara Pembeli Toko Devi Kerudung di Kedungwuni
Pekalongan
- Lampiran Transkrip Wawancara Pembeli Toko Devi Kerudung di Kedungwuni
Pekalongan
- Lampiran 3 Panduan Observasi
- Lampiran Transkrip Hasil Observasi
- Lampiran 4 Dokumentasi
- Lampiran 5 Surat Pengantar dan Izin Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Toko Devi Kerudung mempunyai tujuan, strategi dan manajemen dalam meningkatkan penjualan. Latar belakang menariknya penelitian terhadap Toko Devi Kerudung adalah menerapkan strategi pemasaran Islami. Oleh karena itu yang menjadi alasan yaitu strategi pemasaran Islami yang bagaimana yang diterapkan Toko Devi Kerudung dalam meningkatkan penjualan.

Toko Devi Kerudung berdiri sejak tahun 2011. Toko Devi Kerudung merupakan salah satu usaha bisnis Islam toko yang menjual berbagai macam koleksi kerudung, mukena dan aksesoris yang melayani penjualan dalam bentuk grosir dan eceran yang berada di Kedungwuni Pekalongan. Toko Devi Kerudung ini menjual berbagai jenis model kerudung dan mukena dengan produk yang dijual harga yang ditawarkan terjangkau mulai dari Rp 10.000 sampai dengan Rp 150.000.¹Dengan kualitas produk yang diproduksi baik dan dijual baik tetapi harga yang terjangkau setiap produknya membuat penjualan Toko Devi Kerudung ini meningkat setiap tahunnya.

¹Fitri, Pemilik Toko Devi Kerudung, Kedungwuni Pekalongan, 3 Februari 2018.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam penjualan pada Toko Devi Kerudung ini menggunakan strategi yang ampuh untuk meningkatkan penjualan produknya. Salah satu strategi yang diterapkan oleh Toko Devi Kerudung dalam meningkatkan penjualan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang terdiri dari: segmentasi pasar, market positioning, market entry strategy, marketing mix strategy dan timing strategy yang digunakan.

Tabel 1.1

Laporan penjualan Toko Devi Kerudung Periode 2015-2017:²

No	Tahun	Penjualan	Pertumbuhan
1	2015	960.000.000	-
2	2016	1.200.000.000	240.000.000
3	2017	1.500.000.000	300.000.000

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui hasil penjualan Toko Devi Kerudung dari tahun 2015 sampai dengan 2017 mengalami peningkatan penjualan. Penjualan Toko Kerudung yang mencapai 1 Miliar ini menandakan penjualan yang bagus dari Toko Devi Kerudung. Peningkatan ini terjadi dikarenakan harga yang mampu bersaing dipasaran dan kualitas produk yang baik. Dalam pencapaian tujuan utama dari Toko Devi ialah pencapaian profit (laba) hal ini juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah toko. Keuntungan pada Toko

²Fitri, Pemilik Toko Devi Kerudung Kedungwuni Pekalongan, 5 Februari 2018.

Devi juga mengalami peningkatan dari hasil penjualan. Hal ini merupakan isyarat yang bagus bagi pemasaran Toko Devi Kerudung Kedungwuni Pekalongan dalam penjualan yang meningkat setiap tahunnya.

Persamaan toko Devi kerudung dengan toko kerudung lainnya berdasarkan yang telah di *survey* sebelumnya bahwa toko kerudung tersebut sama-sama menjual produk yang serupa yaitu berbagai macam jenis produk kerudung, dengan kualitas yang standar baik pula tetapi hasil dari penjualan berbagai macam toko kerudung tersebut hasilnya jauh bila dibandingkan dengan hasil penjualan pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

Jika dibandingkan dengan hasil penjualan pada Toko Kerudung lainnya yang berada di Pekalongan, Toko Devi menjadi unggul dengan penjualan bisa diatas 1 Miliar satu tahunnya. Berikut laporan hasil analisis data penjualan kerudung di Toko Kerudung daerah Pekalongan yang hasilnya jauh lebih sedikit dari pada toko Devi kerudung per tahunnya.

Tabel 1.2

No	Nama Toko	Tahun	Penjualan
1	Toko Fatimah Hijab	2017	90.000.000
2	Toko Amrina Hijab	2017	70.000.000
3	Grosir Kerudung Al Khikmah	2017	100.000.000
4	Grosir Kerudung Nizmah	2017	200.000.000

Sumber catatan data laporan keuangan setiap Toko³

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diketahui hasil penjualan pada Toko Kerudung di daerah Pekalongan per tahun 2017 penjualan yang dicapai hanya dibawah Rp500.000.000 per tahunnya, hal ini bisa dibuktikan bahwa Toko Devi Kerudung bisa unggul dengan jumlah penjualan produk kerudung yang bisa mencapai penjualan diatas 1 Miliar per tahunnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik dan bermaksud melakukan penelitian guna mengetahui strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk di Toko Devi Kerudung dengan mengambil judul

“STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO DEVI KERUDUNG DI KEDUNGWUNI PEKALONGAN”

³Wawancara dengan pemilik toko masing-masing, 28 Maret 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian yang akan penulis laksanakan, maka penulis terlebih dahulu membuat batasan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran Islami Toko Devi Kerudungdi Kedungwuni Pekalongan dalam meningkatkan penjualan?
2. Apakah kelebihan dan kekurangan dari strategi pemasaran Islami pada Toko Devi Kerudungdi Kedungwuni Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang hendak diteliti di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran Islami Toko Devi Kerudungdi Kedungwuni Pekalongan dalam meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi pemasaran Islam pada Toko Devi Kerudungdi Kedungwuni Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin diberikan penulis dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Akademisi
 - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh promosi terhadap penjualan, serta sebagai salah satu

syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Sarjana Ekonomi.

b. Bagi Almamater

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi perpustakaan IAIN Pekalongan yang diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, serta acuan untuk peneliti selanjutnya.

2. Praktisi

a. Bagi Masyarakat umum / Konsumen

Bagi Toko Devi Kerudungdi Kedungwuni Pekalongan penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi pemilik toko dalam rangka pengambilan keputusan dan kebijaksanaan strategi pemasaran dalam usaha meningkatkan penjualan. Bagi masyarakat maupun konsumen penelitian ini berguna sebagai pengetahuan dan informasi tentang pentingnya pengaruh promosi terhadap penjualan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan menemukan konsep baru dalam strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan. Disamping itu, unsur-unsur syari'ah yang terkandung dalam strategi pemasaran islami sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya khasanah

ilmu pengetahuan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini sebagai sumbangan saran, pemikiran dan informasi untuk merencanakan strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan. Selain itu semoga penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi bisnis usaha Islam lainnya dalam meningkatkan penjualan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara prosedur atau langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data serta menganalisis data dengan menggunakan teknik dan cara tertentu. Langkah-langkah dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya.⁴Data Kualitatif diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian.⁵Jenis penelitian yang akan dilakukan ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) kualitatif yang dilakukan dengan cara pengamatan sumber data dilapangan.

Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif,

⁴Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2012) hlm. 6.

⁵Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (jakarta : Kencana 2007) hlm. 103.

yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan pemasaran Islami di Toko Devi Kerudung akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberikan makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Sesuai dengan judul, lokasi penelitian yang dipilih adalah toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan yang beralamatkan di kompleks Ruko pasar Kedungwuni Pekalongan. Waktu penelitian dimulai pada bulan Februari 2018 sampai dengan selesai.

3. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.⁶ Sumber data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subyek penelitian yang menggunakan alat pengukur dan alat pengambilan data langsung dari subyek dengan sumber informasi yang dicari.⁷Data tersebut berupa hasil wawancara maupun observasi langsung dengan pemilik, karyawan serta

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV, Cet. II (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 114.

⁷Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 91.

pelanggan atau konsumen Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, yang diperoleh lewat pihak lain, bukan dari subyek penelitian. Data sekunder biasanya berupa data dokumentasi atau laporan yang tersedia, serta arsip-arsip resmi.⁸ Sedangkan data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari buku-buku yang relevan dengan pembahasan. Data diperoleh dari perpustakaan mengenai strategi pemasaran dan dokumen-dokumen ataupun catatan yang berkaitan dengan strategi pemasaran Islami. Data sekunder dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data primer yaitu untuk menganalisis strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Penelitian ini akan menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut yaitu wawancara, observasi dan telaah dokumen sebagai berikut :

⁸SaifudinAzwar, *Metode Penelitian....* hlm 93.

a. Wawancara

Metode interview (wawancara) adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data atau informasi yang paling digunakan dalam penelitian kualitatif.⁹ Wawancara dilakukan secara langsung kepada beberapa orang informan. Untuk mendapatkan data dari orang-orang kunci (*key informan*), maka peneliti akan mengadakan tanya jawab dengan Ibu Fitri sebagai pemilik toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan, serta pihak-pihak terkait termasuk karyawan dan pelanggan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan di toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

b. Observasi

Metode observasi adalah sebagai metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data secara jelas dengan jalan mengadakan pengamatan dan pencatatan tentang hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan. Dengan mengadakan pengamatan langsung ke Toko

⁹Usman rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta,2009), hlm. 219.

Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan, hal ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui keadaan sebenarnya dilokasi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), yang semuanya itu memberikan informasi sebagai proses penelitian.¹⁰ Dalam teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ini penelitian menyelidiki data-data yang bersifat sekunder.

5. Teknik Keabsahan Data

Pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling yaitu teknik yang digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai alat pengecekan keabsahan data yang diperoleh. Teknik pengecekan data bertujuan untuk menguji keabsahan atau kebenaran data yang dikumpulkan oleh peneliti.¹¹

Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, statement, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan dan telah diberi kode, kemudian dianalisa kebenarannya. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dengan cara membandingkan apa yang dikatakan orang di depan

¹⁰Imam Gunawan (ED), *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek* edisi 1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 178.

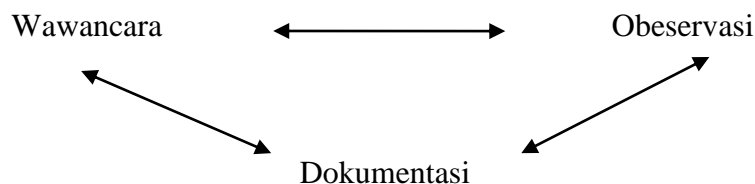
¹¹M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 319-323.

umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹²

Penelitian ini melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi metode. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang valid. Triangulasi metode yaitu untuk menganalisa data dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode. Jika informasi atau data yang berhasil didapatkan (misalnya dari wawancara) perlu diuji kebenarannya dengan hasil observasi. Triangulasi metode ini akan menghasilkan data yang sebenarnya, karena telah diuji dengan menggunakan dua metode. Jadi kegiatan triangulasi metode terdiri atas.¹³

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Gambar 1.3 Triangulasi Metode

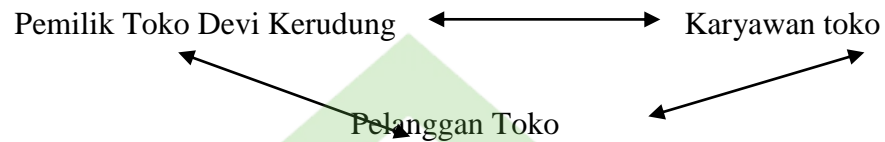


¹²WahyuPurhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Edisike 1, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 102.

¹³WahyuPurhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, hlm. 102

Pengecekan data dengan menggunakan triangulasi metode didapat dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

Gambar 1.4 Triangulasi Sumber



Triangulasi sumber data dilakukan dengan derajat kepercayaan beberapa informan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sama. Dalam hal ini, peneliti mengecek derajat kepercayaan sumber dengan melakukan wawancara pada informan kunci yaitu (pemilik toko Devi kerudung yaitu Ibu Fitri, Karyawan toko Devi kerudung yang berjumlah 4 orang karyawan yaitu Indah, Retno, Tina dan Yuni, dan juga informan pendukung yaitu pelanggan toko Devi kerudung yang berjumlah 4 orang pelanggan yaitu Lina, Mia, Renita, dan Wilda).

6. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis kualitatif yaitu data-data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa symbol angka atau bilangan yang gunanya untuk menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada toko Devi Kerudung di Kedungwuni

Pekalongan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti meliputi tiga kegiatan, yaitu:¹⁴

a. Reduksi data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih data-data pokok yang terkait permasalahan penelitian, memfokuskan pada data-data yang penting yang sesuai dengan tema dan tujuan. Reduksi data yang peneliti lakukan antara lain dengan menajamkan hasil penelitian tentang bagaimana strategi pemasaran Islami dalam meningkatkan penjualan pada toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan, mengarahkan hasil penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian dan membuang data yang tidak perlu.

b. Pemaparan data

Pemaparan data yaitu sebagai penyajian informasi terpilih. Setelah dilakukan reduksi data, data akan disajikan yang terpilih untuk menjadi bahan analisa. Data-data mengenai strategi pemasaran Islami pada toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan harus diolah terlebih dahulu, sehingga menjadi suatu informasi yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah.

¹⁴AndiPrastowo, *MemahamiMetode-metodePenelitian: SuatuTinjauanTeoritisdanPraktis*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 211-212.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab penelitian berdasarkan hasil analisis data. Dalam kaitannya penarikan kesimpulan menggunakan logika induktif dan deduktif.

- 1) Induktif merupakan cara berpikir menarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.¹⁵ Dengan menarik kesimpulan dari hasil lapangan mengenai toko Devi kerudung kemudian akan dirangkum menjadi sebuah kesimpulan.
- 2) Deduktif adalah cara berpikir dimana dari pernyataan yang bersifat umum ditarik suatu kesimpulan yang bersifat khusus.¹⁶ Dengan menarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran Islami yang diterapkan oleh toko Devi kerudung apakah sudah sesuai dengan pemasaran Islami atau belum.

G. Kerangka Berfikir

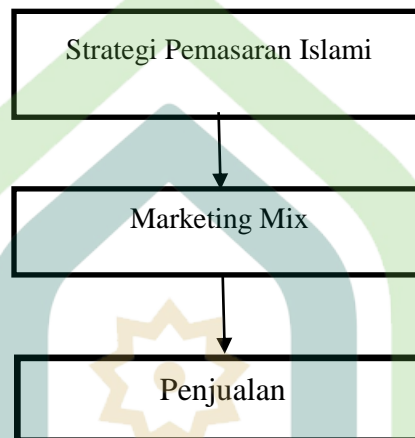
Dalam dunia pemasaran selalu berkaitan dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* adalah seperangkat alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar strategi pemasaran dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh suatu perusahaan. Seorang pemasar dalam pandangan strategi pemasaran Islami bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan

¹⁵Jujun S. Suriasumantri dan Andi Hakim Nasoetion, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*, (Surabaya: Pustaka Sinar Harapan, 2001), hlm. 48.

¹⁶Jujun S. Suriasumantri, *Filsafat Ilmu...*, hlm. 49.

juga keberkahan yaitu kemandapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Untuk menjadi perusahaan yang berbasis Islami, budaya perusahaan harus berdasarkan nilai-nilai Islami.

Gambar 1.5 Kerangka Berfikir



H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi landasan teori yang bersangkutan dengan penelitian yaitu strategi pemasaran Islami, strategi pemasaran dalam Islam, peran tujuan dan fungsi pemasaran dalam Islam, prinsip dan praktik

pemasaran Nabi Muhammad SAW, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian baik berupa jurnal penelitian maupun karya ilmiah (tugas akhir, skripsi, tesis, Disertasi, artikel jurnal).

Bab III Gambaran Umum Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan: sejarah berdiri dan lokasi perusahaan, visi misi tujuan, dan struktur organisasi. Serta gambaran umum pelaksanaan strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung, dengan kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini merupakan bagian analisa dan pembahasan. Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang pengujian dan hasil analisa data dan jawaban pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V Penutup

Dalam bab ini berisi bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Ditinjau dari perspektif strategi pemasaran Islami yang dilakukan toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan dirumuskan dalam empat paradigma yaitu: Pertama pada toko Devi kerudung mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW mengenai strateginya menyangkut segmentasi, target pasar, posisi pasar dan diferensiasi. Kedua menyangkut bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (produk, harga, distribusi, dan promosi,) berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh* dan penjualan (*Selling*). Pada toko Devi kerudung penerapan etika bisnis Islam yaitu menyediakan produk yang halal dan thoyyib. Ketiga menyangkut *brand, service* dan *process*. Keempat menyangkut karakteristik pemasaran Islami yang diterapkan toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan yaitu teitis, etis, realistis, dan humanistik yang sudah diterapkan pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan.
2. Kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran Islami pada toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan dianalisis SWOT. Kelebihan dan peluang yang dimiliki toko Devi kerudung yaitu lokasi toko

yang strategis, barang-barang yang dijual sesuai dengan syariat Islam, terdapat hak khiyar aib, kebersihan dan kemudahan dalam mencari barang, dan keramahan karyawan, disekitar toko Devi terdapat tempat area pasar Kedungwuni, belum ada toko kerudung yang konsepnya sama dengan toko Devi kerudung di daerah tersebut, mudah mendapatkan karyawan, area pasar sebagai target sasaran, dan sudah terdapat adanya CCTV di sekitar toko Devi kerudung. Kemudian kelemahan dan ancaman yang dihadapi toko Devi kerudung yaitu usia toko Devi kerudung di Kedungwuni Pekalongan yang baru, masalah permodalan, tenaga SDM pemasaran yang masih kurang, promosi penjualan yang dilakukan masih kurang, belum adanya fasilitas kartu anggota, dan pemilik toko yang tidak kreatif dan inovatif akan ditinggalkan oleh para pelanggan.

B. SARAN

1. Toko Devi kerudung kedepannya harus mempertahankan dan meningkatkan produk, harga, distribusi dan promosi yang di jual sesuai dengan syariat Islam.
2. Toko Devi kerudung kedepannya hendaknya bisa mengurangi beberapa faktor dari kelemahan toko yang sekarang dihadapi.
3. Toko Devi kerudung hendaknya meningkatkan kreatifitas dan inovasi terbaru demi kemajuan toko Devi kerudung itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah, M Ma'ruf. 2014. *Manajemen Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ahmad, Ifham Sholihin. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia.
- Alma, Buchari. 2011. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Dhonni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amrin, Abdullah. 2006. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Arifin, Muhammad. 2008. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Azwar, Saifudin. 1995. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ghazaly, Abdul Rahman. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana.

- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* edisi 1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein,Umar. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ismanto, Kuat. 2009. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan pengendalian, Jilid 1, ter. Jaka Wasana*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, terj. Hendra Teguh & Ronny A Rusli*. Jakarta : PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Kotler, Philip dkk. 2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Indonesia: Indeks
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Endah Prapti. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*. Yogyakarta: BPFE.

Muslich. 2004. *Etika Bisnis Islami Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

Nasution, Arman Hakim, Indung Sudarso dan Lantip Trisunamo. 2006. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Stainer, George dan John Milner. *Management Strategic*. Jakarta: Erlangga.

Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sunarto. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMNUS.

Suyanto, Muhammad. 2008. *Muhammad Business Strategy & Ethics*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Swasta, Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty..

B. Hasil Penelitian

Suindrawati, 2015. Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan (Studi kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang.

Santi Novitasari, 2016. Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Laba (Studi kasus di Toko Fizaria Busana Muslim Jepara). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang.

Ria Resti Ridhawati, 2015. Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Pada Toko Rabbani Semarang) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

C. Wawancara

Fitri, Pemilik Toko Devi Kerudung, Kedungwuni Pekalongan, 3 Februari 2018.

Indah, Kepala toko Devi kerudung Kedungwuni, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan 25 Oktober 2018.

Lina, Pelanggan Toko Devi Kerudung, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan, 7 November 2018.

Mia, Pelanggan Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan, 1 November 2018.

Retno, Karyawan Toko Devi Kerudung, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan, 25 Oktober 2018.

Renita, Pelanggan Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan, Wawancara Pribadi, Pekalongan 1 November 2018.

Tina, Karyawan Devi Kerudung, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan 31 Oktober 2018.

Yuni, Karyawan Devi Kerudung, Wawancara Pribadi, Kedungwuni Pekalongan, 25 Oktober 2018.

Wilda, Pelanggan Toko Devi Kerudung, Wawancara pribadi, Kedungwuni Pekalongan, 5 November 2018.

Wawancara dengan pemilik Toko masing-masing, 28 Maret 2018.

D. Data

Data Penjualan Pribadi pada Pembukuan Kas Toko Devi Kerudung di Kedungwuni Pekalongan tahun 2015-2017.





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Alry Ba' Fitri As'adtiqi
Nim : 2013113134
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 03 Maret 1995
Agama : Islam
Alamat : Perumahan Gama Permai 1, Jalan Singosari
No 24 Pekalongan

Riwayat Pendidikan Formal

SD Negeri Podosugih 01 Pekalongan : Lulus tahun 2007
SMP Negeri 6 Pekalongan : Lulus tahun 2010
MAN 2 Pekalongan : Lulus tahun 2013

B. Data Orang Tua

Nama Bapak : Sutikno
Pekerjaan Bapak : Karyawan Swasta
Nama Ibu : Sri Robaya Bakti
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Agama : Islam
Alamat Orang Tua : Perumahan Gama Permai 1, Jalan Singosari No 24
Pekalongan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

nomor : 011/In.30/J.IV.1/PP.00.9/01/2019

03 Januari 2019

lamp : -

hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Pengelola Toko Devi Kerudung Kedungwuni Kab. Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Alry Ba' Fitri As'adiqti

NIM : 2013113134

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di

Tempat/ lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul:
"Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Devi Kerudung
Di Kedungwuni Pekalongan".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan
mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

A.n Dekan

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Agus Fakhriana

Visi Jurusan Ekonomi Syariah :

Membentuk lulusan yang terkemuka dan kompetitif dalam menghasilkan professional dan entrepreneur di bidang ekonomi syariah berwawasan ke-Indonesiaan di tingkat nasional pada tahun 2036



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI**
NIM : **2013113134**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA TOKO DEVI KERUDUNG DI KEDUNGWUNI PEKALONGAN”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 9 April 2019



ALRY BA' FITRI AS'ADTIQTI
NIM. 2013113134

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.