



**STRATEGI PEMASARAN ISLAMI PADA HOME INDUSTRI
BATIK DALAM PENINGKATAN PENJUALAN
(Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

NA'IMATUL CHUSNA
NIM. 2013113213

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



**STRATEGI PEMASARAN ISLAMI PADA HOME INDUSTRI
BATIK DALAM PENINGKATAN PENJUALAN
(Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

NA'IMATUL CHUSNA
NIM. 2013113213

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2018**



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NA'IMATUL CHUSNA
NIM : 2013113213
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Islami pada Home Industri Batik dalam Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)” adalah benar-benar karya penulis sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini ternyata hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 27 November 2018

Yang menyatakan



NA'IMATUL CHUSNA
NIM. 2013113213



NOTA PEMBIMBING

H. Tamamudin, SE. MM.
Jl. KH. A. Dahlan No.3 Tirto Pekalongan

Lamp : 3 (tiga) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Na'imatul Chusna

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 kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Na'imatul Chusna
NIM : 2013113213
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Islami pada Home Industri Batik dalam Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)

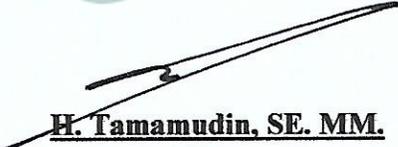
Dengan ini mohon agar Skripsi saudara tersebut segera dapat dimunaqosahkan.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 November 2018

Pembimbing Skripsi


H. Tamamudin, SE. MM.
NIP. 197910302006041018



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

Jl. Pahlawan, Kajen, Kabupaten Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax. 423418

PENGESAHAN

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

Nama : NA'IMATUL CHUSNA
NIM : 2013113213
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN ISLAMI PADA HOME
INDUSTRI BATIK DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Desember 2018 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Dr. AM. M. Khafidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 19780616 200312 1 003

Penguji II


Nur Fani Arisnawati, MM.



Pekalongan, 15 Januari 2019

Disahkan oleh
Dekan,


Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H
NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

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	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	sy	es dan ye



ص	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (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	’	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*



4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

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

Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan Karunia-Nya dalam setiap langkahku.

Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku, karya kecil ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang senantiasa mendukung, memberikan doa, nasihat, motivasi, cinta dan kasih sayang yang berlimpah serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
2. Kakakku tersayang, Ahmad Iqam Maulan adan adikku tersayang, Ahmad Choirul Anam, yang memberi warna dalam hidup saya.
3. Seluruh keluarga besar yang senantiasa mendo'akan, memberikan perhatian dan kasih sayang, serta dukungan atas segala harapan dan cita-cita penulis.
4. Untuk lelaki terspecial kedua, calon Imamku Rizky Abdu Salam, seseorang yang selalu memberikan motivasi, cinta dan kasih sayang, perhatian serta do'a yang tulus. Semoga impian kita dapat tercapai bersama. Amin.
5. Untuk dosen pembimbing saya, Bapak H. Tamamudin, S.E., MM. yang telah membimbing peneliti dari awal hingga skripsi ini selesai.
6. Sahabat-sahabat ku, yang tidak pernah lelah memberikan semangat, nasehat, motivasi serta memberi kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2013, serta yang lainnya yang telah ikut serta memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Semua pihak yang telah memantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada para narasumber yang telah sangat membantu dalam terselesainya penelitian ini. Terimakasih atas waktu dan kesediaannya untuk berdiskusi.



MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عَالَمِ الْغَيْبِ

وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan

(At Taubah: 105)

Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikannya.

Jangan pernah berhenti bermimpi, karena mungkin suatu saat nanti mimpi kalian akan jadi kenyataan.

(Bambang Pamungkas)

ABSTRAK

Chusna, Na'imatul. 2018. Strategi Pemasaran Islami pada Home Industri Batik dalam Peningkatkan Penjualan (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Pembimbing : H. Tamamudin, SE. MM.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Pemasaran Islam

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis, tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain.

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui penerapan strategi pemasaran Islami mengetahui kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran Islami pada home industri Zikin Design Pekalongan dalam meningkatkan penjualan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan tujuan mendeskripsikan segala sesuatu tentang etika bisnis Islam dan penerapan strategi pemasaran di Home Industri Zikin Design Pekalongan sesuai dengan apa yang didengar dan dilihat tanpa menguranginya.

Hasil penelitian ini adalah Home Industri Zikin Design dalam menjalankan usahanya, ada yang sesuai dengan pemasaran Islami dan kelebihan: lokasi Home Industri Zikin Design yang strategis, terdapat hak khiyar aib (hak untuk melangsungkan atau membatalkan akad karena adanya cacat pada barang), kebersihan dan kemudahan dalam mencari produk batik. Kelemahannya : kondisi cuaca yang tidak menentu, pengiriman bahan baku yang tidak tepat waktu dan jalan disekitar Home Industri Zikin Design yang banjir. Dilihat dari bauran pemasarannya : produk, harga, tempat, promosi dan orang sesuai dengan pemasaran Islami tidak menggunakan cara yang dilarang dalam Islam. Selain itu ada kelebihan dan kelemahan dalam proses produksi sampai dengan penjualan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT pengatur seluruh alam raya. Sholawat serta salam semoga tercurah pada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, para sahabatnya, dan orang-orang yang mengikuti jejak langkahnya. Dengan pertolongan dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Islami pada Home Industri Batik dalam Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian Strata Satu (S1) Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Ucapan terimakasih tak lupa penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan laporan ini, yaitu kepada:

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Shinta Dewi Rahmawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Agus Fakhrina, M. Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Mansur Chadi Mursid, M.M, selaku Dosen Wali.





5. Bapak H. Tamamudin, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak H. Rozikin Hasa, selaku Pemilik Home Industri Zikin Design Kota Pekalongan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Atas semua bantuannya, kepada mereka penelitihanya mampu membelas dengan ucapan “Jazakumullah Khairan Katsiran”.

Penulis menyadari bahwa skripsi memerlukan kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Pekalongan, 27 November 2018

Penulis

Na'imatul Chusna
NIM. 2013113213



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	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Metode Penelitian	7
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	7
2. Lokasi Penelitian	8
3. Sumber Data	8
4. Metode Pengumpulan Data	9
5. Validitas Data	10
6. Teknik Analisis Data	12
F. Sistematika Pembahasan	13



BAB II	LANDASAN TEORI	14
	A. Pengertian Strategi	14
	B. Pengertian Pemasaran.....	15
	C. Pengertian Strategi Pemasaran	17
	D. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	18
	1. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	18
	a. Segmentasi Pasar	18
	b. Targeting	18
	c. Positioning	19
	2. Unsur Taktik Persaingan	19
	a. Differensiasi.....	19
	b. Bauran Pemasaran	19
	3. Unsur Nilai Pemasaran.....	22
	a. Brand	22
	b. Service	22
	c. Proses	23
	E. Pengertian Pemasaran Islami	23
	F. PenelitianTerdahulu	34
BAB III	METODE PENELITIAN	40
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
	B. Lokasi Penelitian.....	40
	C. Sumber Data	41
	1. Data Primer	41
	2. Data Sekunder	41
	D. Metode Pengumpulan Data	42
	1. Wawancara.....	42
	2. Observasi	42
	3. Dokumentasi	42
	E. Validitas Data	43
	F. Teknik Analisis Data	45



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Home Industri Zikin Design	46
1. Sejarah Berdirinya.....	46
2. Lokasi.....	47
3. Visi Dan Tujuan	47
4. Struktur Organisasi	47
B. Gambaran Umum Pemasaran Islami Home Industri Zikin Design.....	48
C. Analisis Strategi Pemasaran Islami Pada Home Industri Zikin Design	53
D. Analisis Kelebihan dan Kekurangan Dari Strategi Pemasaran Islami Pada Home Industri Zikin Design Dalam Peningkatan Penjualan.....	80
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

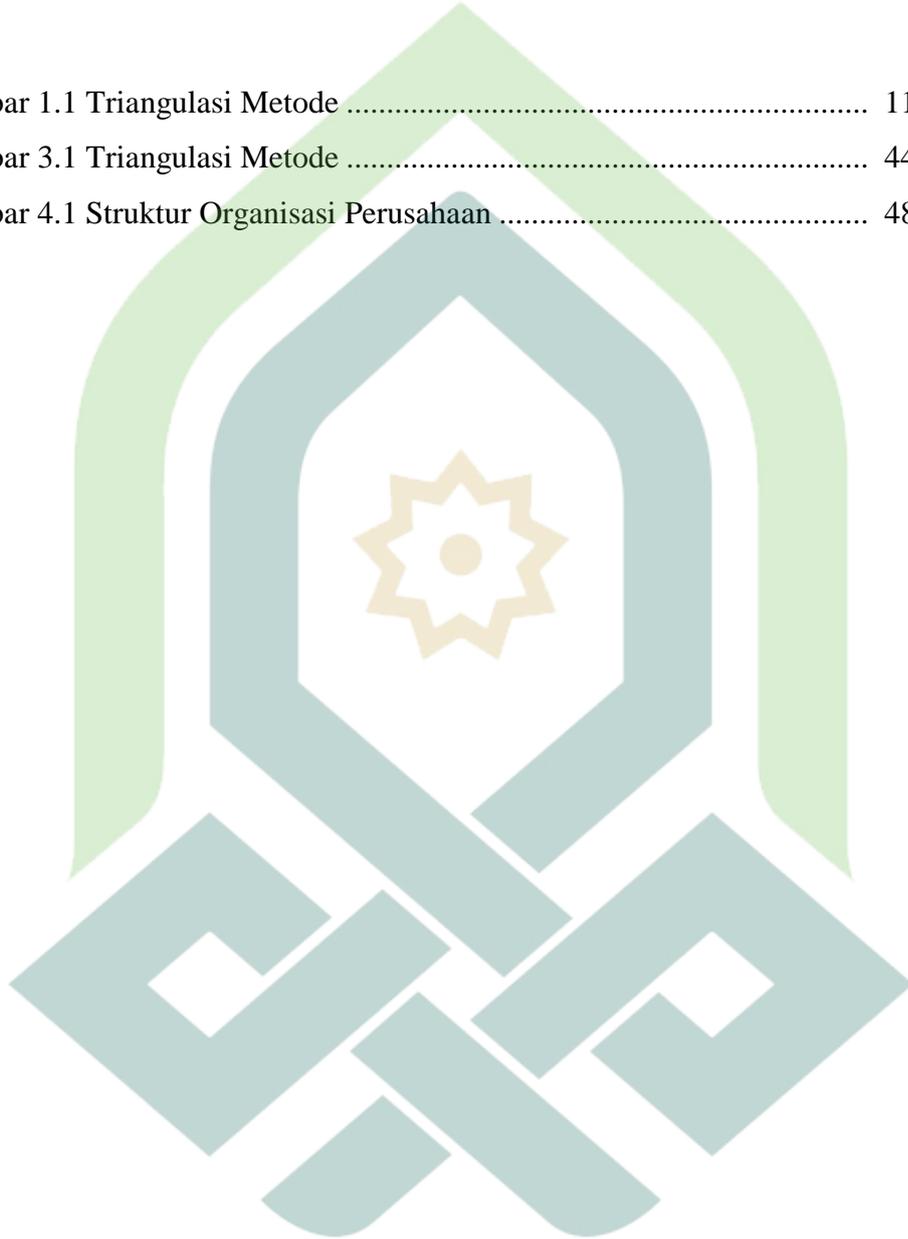
Tabel 1.1 Data Penjualan Zikin Design	5
Tabel 2.4 Data Penjualan Zikin Design	61





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangulasi Metode	11
Gambar 3.1 Triangulasi Metode	44
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	48





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Panduan Wawancara dengan Pihak Home Industri Zikin Design
- Lampiran 1 Transkrip Wawancara dengan Pihak Home Industri Zikin Design
- Lampiran 2 Panduan Wawancara dengan Pembeli Home Industri Zikin Design
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Pembeli Home Industri Zikin Design
- Lampiran 3 Panduan Observasi
- Lampiran 3 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

Perkembangan dalam dunia pemasaran sekarang terjadi begitu cepat sehingga menimbulkan persaingan yang juga semakin ketat. Dalam dunia pemasaran persaingan merupakan hal yang harus dihadapi dengan membuat dan mencari strategi yang tepat dalam memperkenalkan produk atau usaha yang kita jalani. Apalagi dalam dunia bisnis retail busana persaingan yang semakin tinggi juga menuntut adanya keunggulan yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan. Perkembangan pemasaran dewasa ini dapat di kategorikan berada dalam persaingan yang saling menekan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya, terlebih lagi perusahaan yang mempunyai kesamaan dalam produk.

Hal ini membuat para pengusaha industri batik khususnya di Pekalongan harus bekerja keras agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Bervariasinya merek atau jenis produk, harga produk, serta tempat yang strategis dan promosi yang menarik menunjukkan bahwa pengusaha batik tidak hanya dapat berdiam diri dalam melakukan usahanya. Para pengusaha batik harus mulai berpikir untuk mengalahkan para pesaingnya dan mengubah cara berpikir mereka, yang dahulu hanya berpikir untuk mencari keuntungan semata, saat ini harus berpikir untuk memenangkan persaingan.

Strategi pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga dibutuhkan pula landasan norma dan moralitas dalam proses pemasaran kepada para konsumen. Ketika suatu bisnis dilakukan oleh seorang produsen yang menerapkan etika yang baik, yaitu dengan tidak mengandung unsur kebathilan, kedzaliman dan keterpaksaan maka kelayakitan konsumen terhadap produk dapat dengan baik tercipta. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa'(4): 29 hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu".¹

Dari penjelasan ayat diatas bahwa Allah SWT melarang dalam memperoleh harta dengan jalan bathil, akan tetapi Allah SWT menganjurkan dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara dua pihak yang terlibat dalam aktivitas perniagaan. Begitu pula pada strategi pemasaran produk batik yang menggunakan etika bisnis dengan baik dan maksimal dalam proses pemasaran dan transaksinya akan dapat meningkatkan volume penjualan dari produk-produk yang dipasarkan. Dengan pentingnya etika bisnis tersebut dalam islam pemasaran juga penting, pemasaran dalam islam adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* Juz 1-30, CV Karya Utama, Surabaya, 2000, hlm. 122

perubahan *values* (nilai) dari satu *inisiator* (pemrakarsa) kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.²

Menyangkut hal tersebut perusahaan batik Zikin Design dalam hal pemasaran ini juga diperhatikan dengan baik sesuai dengan pemasaran dalam islam. Dalam hal harga sesuai dengan kualitas karena batik Zikin Design membuat motif sendiri dan berbeda dengan batik lainnya. Dengan promosi melalui media sosial dan mengikuti sejumlah pameran. Dengan distribusi keluar kota karena sangat menjanjikan. Untuk sementara ini batik Zikin Design belum mempunyai cabang dan masih memiliki satu toko di Kota Pekalongan. Salah satu pengusaha batik yang giat mempertahankan produk batiknya adalah Bapak Rozikin. Perusahaan batik Bapak Rozikin bernama Zikin Design adalah Perusahaan Batik yang menjual beberapa jenis dan kain batik seperti batik tulis, cap, dan printing. Zikin Design didirikan pada tahun 1998. Zikin Design mempunyai alamat produksi di Jl, Manunggal Kraton No.12, Dukuh, Pekalongan Utara. Selain zikin design memiliki dua gerai dipasar grosir setono pekalongan, jl. Dr. sutomo, karangmalang, pekalongan timur dan diIBC jl. Ahmad yani pekuncen, wiradesa.

Dengan perusahaannya tersebut Bapak Zikin ingin melestarikan produk batiknya agar dapat dikenal secara luas seperti batik-batik dari daerah lain. Salah satu cara dengan melakukan strategi pemasaran secara

² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Media Utama, 2006, hlm. 26-27.

aktif. Namun karena industri batik pada zaman sekarang ini berkembang secara pesat sehingga terjadi banyak persaingan diantara pengusaha batik. Hal ini membuat Zikin Design berupaya mengembangkan produknya dengan menggunakan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan para pesaing baik yang ada di Pekalongan maupun luar Pekalongan. Namun seiring berjalannya waktu, adapun beberapa hambatan yang dialami oleh Zikin Design salah satunya harganya relatif lebih mahal sehingga terlihat hanya masyarakat menengah atas saja yang mampu membeli batik. Sedangkan batik daerah lain seperti batik Yogyakarta, Jakarta, Makassar, Palembang, Kalimantan dan lain-lain sudah dibuat massal sehingga harganya relatif terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat.

Harga batik di Zikin Design lebih mahal dari produk batik lainnya, karena dilihat dari proses pembuatannya, di mana batik Zikin Design lebih lama proses pembuatannya daripada batik daerah lain. Pada saat ini, produk Zikin Design pernah mendapatkan penghargaan dan pernah menjadi sponsor dalam beberapa event atau festival batik di Pekalongan.³

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang diterapkan di Home industri Zikin Design sehingga usahanya mampu bersaing dengan pengusaha batik lain dan mampu bertahan sampai sekarang, dan apakah penerapan strategi pemasaran di Home industri Zikin Design sesuai dengan pemasaran Islami. Zikin Design tidak hanya mendapatkan keuntungan saja tetapi juga

³Wawancara dengan Bapak Syahrul Muttaqin, Bagian order dan produksi Zikin Design, 20 Desember 2017 pukul 10.00 Wib

mendapatkan keberkahan karena menjual dan menjaga produk batiknya sesuai dengan syariat Islam.

Tabel 1.1
Data penjualan Zikin Design

No.	Tahun	Perolehan penjualan
1.	2015	2.009.000.000
2.	2016	2.102.000.000
3.	2017	2.207.000.000

Sumber : Home Industri Zikin Design

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut di atas, maka penelitian ini memiliki pertimbangan dalam memilih Zikin Design sebagai objek kajian dalam penelitian ini. Pertama, Zikin Design berdiri tahun 1998 dan sampai sekarang sudah berkembang pesat. Omset Zikin Design pada tahun 2017 sebesar Rp 2.207.000.000, dengan kenaikan setiap bulannya berkisar Rp 100.000.000. kedua, Zikin Design memiliki corak batik yang paling diminati di pasaran. Melihat kesuksesan usaha home industri Zikin Design pada tahun 2004, masyarakat sekitarpun ikut mendirikan home industri batik sesuai kemampuan masing-masing. Kompetisi pun mulai terjadi, dengan adanya pesaing disekitarnya.

Dengan banyaknya home industri batik di Pekalongan berarti menjadikan tantangan bagi home industri Zikin Design sendiri agar memiliki ciri khas tersendiri dengan yang lainnya. Maka dari itu bagi bapak Zikin hal ini bukanlah ancaman ataupun tantangan melainkan motivasi baru yang menjadikannya lebih baik lagi, dengan meningkatkan

kualitas produk. Melihat apa yang telah dicapai oleh home industri Zikin Design, yang lebih mengutamakan proses produksi dalam pemasarannya, maka ini sangat menarik apabila dilihat dari pemasaran Islami. Maka penulis memilih judul : **“STRATEGI PEMASARAN ISLAMI PADA HOME INDUSTRI BATIK ZIKIN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran Islami pada home industri Zikin Design Kota Pekalongan dalam peningkatan penjualan ?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran Islami pada home industri Zikin Design Kota Pekalongan dalam peningkatan penjualan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Islami pada home industri “Zikin Design” Kota Pekalongan dalam peningkatan penjualan.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran Islami pada home industri “Zikin Design” Kota Pekalongan dalam peningkatan penjualan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam strategi pemasaran Islami serta unsur-unsur syariah yang terkandung dalam strategi pemasaran Islami sehingga penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan datang.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi pihak Zikin Design, penelitian ini diharapkan memberikan masukan yang bermanfaat demi kemajuan Zikin Design tersebut dimasa yang akan datang dan untuk memberikan tambahan acuan dan bahan pertimbangan Zikin Design dalam menentukan strategi pemasaran syariah.
- b. Bagi masyarakat, dapat menambah informasi mengenai penerapan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan volume penjualan.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari hasil wawancara. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik tentang permasalahan perusahaan Home industri batik Zikin Design di Kota Pekalongan.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*). *Field research* sendiri adalah penelitian yang dilakukan di tempat terjadinya gejala-gejala yang diselidiki.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah Home industri Zikin Design yang beralamatkan di jalan Manunggal Kraton No.12, Dukuh, Pekalongan Utara.

3. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁴ Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang menggunakan alat pengukur dan alat pengambilan data langsung dari subjek dengan sumber informasi yang dicari.⁵ Data primer diperoleh dengan melakukan survei menggunakan wawancara maupun observasi langsung dengan pemilik, karyawan serta pembeli atau konsumen zikin design pekalongan.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, yang diperoleh lewat pihak lain, bukan dari subjek

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV, Cet. II (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 114.

⁵ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 91.

penelitian. Data sekunder biasanya berupa data dokumentasi atau data laporan yang tersedia, serta arsip-arsip resmi.⁶ Data sekunder dari penelitian ini didapat dari literature, artikel, jurnal, dokumentasi serta situs internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berasal dari zikin design pekalongan seperti jumlah pembeli, jumlah gerai, data penjualan zikin design pekalongan, dan lain sebagainya.

4. Metode pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang bertujuan memperoleh informasi. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data berupa strategi pemasaran, sejarah berdiri, sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan Zikin Design di Kota Pekalongan dengan informasi pimpinan perusahaan serta pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengamati situasi dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran di perusahaan Zikin Design di Kota Pekalongan.

⁶ Saifudin Azwar, hlm. 93.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pertanyaan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Tujuan digunakan metode ini untuk memperoleh data secara jelas dan konkret tentang strategi pemasaran Islami pada home industri Zikin Design Kota Pekalongan dalam meningkatkan penjualan.

Metode ini digunakan untuk mengetahui secara konkrit data-data yang ada tentang perusahaan serta struktur organisasi yang ada di Perusahaan Zikin Design.

5. Validitas Data

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.⁷

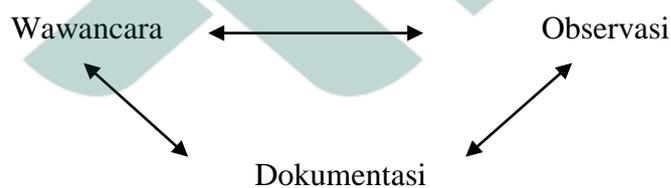
Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata, kalimat, statement, perilaku dan kejadian yang berhasil dikumpulkan dan telah diberi kode, kemudian dianalisa kebenarannya. Triangulasi berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

⁷ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 319-323

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:⁸

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
- c. Pengecekan data dengan menggunakan triangulasi metode didapat dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

Gambar 1.1 Triangulasi Metode⁹



⁸ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Edisi ke-1, Cet. Ke-1, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm. 102.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), hlm. 372.

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

6. Teknik Analisis Data

Adapun analisis data yang dilakukan oleh peneliti meliputi tiga kegiatan, yaitu :¹⁰

a. Reduksi data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema dan polanya.

b. Pemaparan data

Pemaparan data yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Penarikan simpulan

Penarikan simpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data.

¹⁰Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian : Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 211-212.

F. Sistematika Penelitian

Bab I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka teori, penelitian terdahulu, metode penelitian, sistematika penelitian.

Bab II : Landasan Teori

Dalam bab ini membahas tentang makna strategi, pemasaran, strategi pemasaran, jenis-jenis strategi pemasaran, dan strategi pemasaran Islami.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisa data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum, analisis strategi pemasaran Islam serta analisis kelebihan dan kelemahan pada home industri Zikin Design Pekalongan dalam meningkatkan penjualan.

Bab V : Penutup

Dalam bab ini penulis akan menguraikan sebagai hasil dari materi yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya yang berupa kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, di dapat kesimpulan sebagai berikut:

Strategi Pemasaran Syariah pada home industri Zikin Design dalam hal ini menyangkut bauran pemasaran 5P (*marketing mix*) yaitu sebagai berikut: Produk (*Product*) : Produk yang ditawarkan oleh Home Industri Zikin Design yaitu pakaian jadi seperti kemeja, gamis, blouse, rok, dress. Selain itu juga menjual dalam bentuk kain yang belum dijahit. Corak atau motif yang dibuat diantaranya kontemporer dan klasik (sekarjagat, iwan tirta). Harga (*Price*) : Penetapan dari segi harga yang di lakukan Home Industri Zikin Design adalah dengan berdasarkan biaya serta kemampuan daya beli masyarakat. Tempat (*Place*) : Home Industri Zikin Design dalam strateginya dengan cara membuka beberapa cabang atau outlet di tempat yang strategis di pusat kota dan kabupaten. Sekarang sudah memiliki dua gerai didaerah grosir setono dan IBC. Promosi (*Promotion*) : Alat promosi yang digunakan Zikin Design yaitu menggunakan sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan bisa juga melihat di web resmi Zikin Design dengan alamat www.zikindesign.com, selain itu juga mengikuti pameran di berbagai daerah di Indonesia. Orang (*People*) : pelayanan oleh Home Industri Zikin Design dengan ramah, sopan dan rapih. Salah satu kunci yang paling menjaga kualitas kinerja karyawan dengan memberikan

jenis-jenis kain batik dan kain tenun agar pembeli bias mengetahui tentang produk yang dijual.

Kelebihan pemasaran syariah pada Home Industri Zikin Design: Lokasi Home Industri Zikin Design yang strategis, terdapat hak khiyar aib (hak untuk melangsungkan atau membatalkan akad karena adanya cacat pada barang), kebersihan dan kemudahan dalam mencari produk batik, keramahan karyawan Home Industri Zikin Design, konsep Zikin Design diutamakan untuk fashion. Kekurangan pemasaran syariah pada Home Industri Zikin Design: Pesaingan Home Industri Zikin Design semakin banyak, kondisi cuaca yang tidak menentu, pengiriman bahan baku yang tidak tepat waktu, daya beli masyarakat menurun, jalan sekitar Home Industri Zikin Design yang banjir, pengolahan limbah Home Industri Zikin Design.

B. Saran

1. Bagi Pemilik, meskipun Home Industri Zikin Design sudah menerapkan strategi pemasaran Islam tetapi perlu meningkatkan penjualan dengan kualitas produk batik yang baik serta promosi yang dilakukan Home Industri Zikin Design harus mempertahankan dan meningkatkan 5P (produk, harga, distribusi, promosi dan orang) yang sesuai dengan prinsip dan syariat Islam.

2. Bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan metode lain agar menyempurnakan penelitian ini.
3. Bagi Pemerintah agar membantu dan melindungi keberlangsungan usaha para pelaku UMKM.
4. Bagi masyarakat agar apresiasi pada pemasaran Islam.





DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adams, Lewis Mulford dkk. 1965. *Websters World University Dictionary*. Washington: D.C. Publisher Company, Inc.
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. Bandung: *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai danPraktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Almanshur, Fauzan danM. Djunaidi Ghony. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arif, M.Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Arifin, M. 2008. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *ProsedurPenelitianSuatuPendekatanPraktek, EdisiRevisi IV, Cet. II*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Azwar, Saifudin. 1995. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baqi, Muhammad Fuad Abdul. 2001. *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfadzi al-Qur'an al-Karim*. Kairo: Dar al-Hadith
- Departemen Agama RI. 2000.*Al-Quran dan Terjemahnya Juz 1-30*. Surabaya:CV Karya Utama.
- Ghazaly, Abdul Rahman. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana.
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.



- Hakim, Muhammad Abdul Aziz. 2005. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Hanafi, M. Hamdun. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair dan Mc Daniel. *Pemasaran (Terjemahan) Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, Mustafa Edwin, *et. al.* 2014. *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Prastowo, Andi. 2014. *Memahami Metode-metode Penelitian : Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Business Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Fredy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siagaan, Sondang P. 2008. *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi aksara.
- Stainer, Geroge dan John Milner. *Management Strategic*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: UII, 2008.



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

Syagir, Muhammad. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayu Media Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Zainal, Veithzal Rifai. 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

B. Hasil Penelitian

Asti. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Dipusat Niaga Palopo*. Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Deyanti. 2016. *Efektivitas Pemasaran Hijabstory Cabang Cirebon*. Skripsi Fakultas Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Fayshal. Abung dan Henny Medyawati. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok*. Jurnal Asuransi Dan Manajemen Resiko Volume 1, Nomor 2, Universitas Gunadarma.

Mahesti. Rizqi. 2016. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pada Batik Asky Pekalongan*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah STAIN Pekalongan.

Maldina, Eriza Yolanda. 2016. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Maula. Ni'matul. 2016. *Strategi Buaran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volumen Penjualan Produk Sandal Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Sandal Bandol Nanang Collcetion Didesa Kebanaran*



Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

Novitasari, Santi. 2016. *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus ditoko Fizaria Buasana Muslim Jepara)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

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

Sari, Nila. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Busana Muslim Muslimah Pada PT Shafira Palembang Berdasarkan Analisis SWOT*. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

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

C. Hasil Wawancara

Ani. Pembeli Zikin Design. *Wawancara Pribad*. Gerai Zikin Design Grosir Setono Pekalongan. 22 Oktober 2018.

Eka. Bagian Penjualan Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan. 20 September 2018.

Hasa. Rozikin. Pemilik Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan. 25 September 2018.

Mita. Karyawan Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan. 22 Oktober 2018.

Mutaqin, Syahrul. Bagian Produksi Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan. 20 September 2018.

Nani. Pembeli Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Gerai Zikin Design Grosir Setono Pekalongan. 22 Oktober 2018.



Nisa. Karyawan Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan.
14 Oktober 2018.

Sinta. Karyawan Zikin Design. *Wawancara Pribadi*. Zikin Design Pekalongan.
28 Oktober 2018.

Zulaida,.Milda. Bagian Store Manajer Zikin Design. *Wawancara Pribadi*.
Zikin Design Pekalongan. 25 September 2018.





Lampiran 1

Panduan Wawancara dengan Pihak Home Industri Zikin Design

1. Sejak kapan usaha Zikin Design berdiri?
2. Apa yang melatarbelakangi berdirinya usaha Zikin Design?
3. Apa visi dan tujuan didirikannya Zikin Design?
4. Bagaimana struktur organisasi di Zikin Design?
5. Apa saja produk yang ditawarkan oleh Zikin Design?
6. Bagaimana kualitas produk di Zikin Design?
7. Bagaimana dengan strategi harganya di Zikin Design?
8. Bagaimana strategi tempat pemasarannya? Apakah sudah sesuai harapan?
9. Alat atau media apa yang digunakan Zikin Design dalam mempromosikan produknya?
10. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh Zikin Design?
11. Apakah ada kegiatan yang dilakukan oleh Zikin Design dalam publisitas kepada masyarakat?
12. Apabila ada kecacatan atau tidak sesuai pesanan, apakah dapat ditukar atau diganti yang baru?
13. Bagaimana kinerja karyawan dalam melayani pembeli Zikin Design?
14. Bagaimana sistem kerja anda digerai ?
15. Bagaimana segmentasi pasar yang dituju ?
16. Apa pasar sasaran yang ingindibidikolehZikinDesign?
17. Bagaimana positioning atau dalam menentukan pasar yang dilakukan oleh Zikin Design?
18. Apa perbedaan Zikin Design dengan usaha batik lainnya?
19. Bagaimana dengan pelayanan yang dilakukan oleh Zikin Design?
20. Bagaimana dengan penjualan Zikin Design?



21. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah pembeli?
22. Apakah perbedaan terkait dengan keuntungan yang dicapai oleh Zikin Design setelah menerapkan pemasaran Islam?
23. Dengan persaingan ketat, apakah usaha Zikin Design anda tetap melakukan tindakan pemasaran Islam sampai mempertahankan daya saingnya?
24. Bagaimana perkembangan Zikin Design dari awal pendiriannya sampai saat ini? Dan apa kendalanya?
25. Apakah kelebihan dan kekurangan yang dialami Zikin Design ini dalam menjalankan pemasaran Islam selama ini?
26. Apakah keunikan dari Zikin Design?



Lampiran 1

Wawancara dengan Bapak Rozikin Pemilik Zikin Design

1. Sejak kapan usaha Zikin Design berdiri?

Jawaban : Zikin design berdiri pada tahun 1998.

2. Apa yang melatarbelakangi berdirinya usaha Zikin Design?

Jawaban : Dari pertama Home Industri Zikin Design dimulai dari pemiliknya sering mengikuti fashion yang ada di Sri Ratu Pekalongan dan mengikuti pameran ke sejumlah daerah dan kota di Indonesia.

3. Apa visi dan tujuan didirikannya Zikin Design?

Jawaban : Visinya untuk membuat suatu trobosan bahwa batik itu bukan sekedar motif tetapi batik digunakan untuk fashion. Tujuan dari Zikin Design antara lain: membuka lapangan pekerjaan terutama bagi orang pekalongan, mempromosikan batik baik ditaraf nasional maupun internasional agar mendunia.

4. Bagaimana struktur organisasi di Zikin Design?

Jawaban : Pemilik H. Rozikin Hasa, Store manajer Milda Zulaida, Bagian penjualan Eka, Bagian produksi Syahrul Mutaqin, Bagian Penjahitan Hasni, Bagian Finishing Angga.

5. Bagaimana strategi tempat pemasarannya? Apakah sudah sesuai harapan?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam strateginya dengan cara membuka beberapa cabang atau outlet di tempat yang strategis di pusat kota dan kabupaten. Sekarang sudah memiliki dua outlet didaerah grosir setono dan IBC.

6. Bagaimana strategi tempat pemasarannya? Apakah sudah sesuai harapan?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam strateginya dengan cara membuka beberapa cabang atau outlet di tempat yang strategis di pusat kota



dan kabupaten. Sekarang sudah memiliki dua outlet didaerah grosir setono dan IBC.

7. Bagaimana segmentasi pasar yang dituju ?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dengan sistem syariahnya melakukan segmentasi pasar dalam bidang geografis di kota Pekalongan merupakan salah satu kota batik, yang masyarakatnya memiliki sifat konsumtif dan berdaya beli yang besar dikarenakan oleh kebutuhan dan keinginan dari diri sendiri untuk tampil menarik, dengan berkembangnya batik di Indonesia yang sekarang cukup bervariasi modelnya membuat para pelaku produksi baju batik sekarang ini menjadi lebih kreatif dan bervariasi.

8. Apa pasar sasaran yang ingin dibidik oleh Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam menetapkan target pasar adalah semua kalangan. Karena di Home Industri Zikin Design tersedia produk-produk batik maupun tenun untuk semua umur. Jadi target pasar yang dilakukan oleh Home Industri Zikin Design ini sudah sesuai dan strategis dalam memilih semua kalangan sebagai target pasarnya

9. Bagaimana dengan penjualan Zikin Design?

Jawaban: Dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2013-2014 mengalami penurunan dikarenakan faktor cuaca.

10. Dengan persaingan ketat, apakah usaha Zikin Design anda tetap melakukan tindakan pemasaran Islam sampai mempertahankan daya saingannya?

Jawaban: setiap usaha batik atau home industri batik sudah mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Dan Zikin Design bersaing dengan home industri batik lain secara sehat dan apa yang telah ditetapkan di Zikin Design selalu dijalankan.

11. Bagaimana perkembangan Zikin Design dari awal pendiriannya sampai saat ini? Dan apa kendalanya?



Jawaban: perkembangan Zikin Design saat ini sudah membuka cabang yaitu di grosir setono dan IBC. Dan juga Zikin Design selalu mengikuti pameran ataupun fashion show yang ada diberbagai daerah dan kota di Indonesia.

12. Apakah kelebihan dan kekurangan yang dialami Zikin Design ini dalam menjalankan pemasaran Islam selama ini?

Jawaban: kelebihan lokasi yang strategis, bisa membatalkan transaksi apabila terjadi cacat pada produk batik, kebersihan dan kemudahan dalam mencari produk batik, pelayanan yang ramah dan kenyamana, produk batik dari Zikin Design diutamakan untuk fashion. Kekurangan persaingan home industri batik yang semakin banyak, kondisi cuaca yang tidak menentu, pengiriman bahan baku yang tidak tepat waktu, daya beli masyarakat menurun, jalan sekitar home industri yang rusak dan rob.

Wawancara dengan Bapak Syahrul Bagian Produksi Zikin Design

1. Apa saja produk yang ditawarkan oleh Zikin Design?

Jawaban : Produk yang ditawarkan oleh Home Industri Zikin Design yaitu pakaian jadi seperti kemeja, gamis, blouse, rok, dress dan juga kain yang belum dijahit.

2. Bagaimana kualitas produk di Zikin Design?

Jawaban : Zikin Design selalu menjaga kualitas atau mutu produk. Karena dengan beragam motif dan selalu menjaga kualitas atau mutu produk maka minat atau permintaan pembeli akan terus naik. Selain itu ketika ada kecacatan produk selalu dipisah dengan produk yang bagus, jika ada kemungkinan produk yang cacat tercampur dengan produk yang masih bagus, produk yang cacat bisa di kembalikan dan diganti

3. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatkan dan penurunan jumlah pembeli?



Jawaban: untuk tahun ini mengalami peningkatan walaupun peningkatannya cukup sedikit dibandingkan tahun yang lalu.

Wawancara dengan Ibu Milda Store Manajer Zikin Design

1. Apakah ada kegiatan yang dilakukan oleh Zikin Design dalam publisitas kepada masyarakat?

Jawaban : Kegiatan yang dilakukan Home Industri Zikin Design setiap bulannya pada hari Jumat kliwon selalu membagikan nasi bungkus ke warga dan para karyawan. Dan memberi infaq dan shodaqoh ke beberapa masjid terdekat.

2. Bagaimana positioning atau dalam menentukan pasar yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam memposisikan usahanya berbeda dengan yang lain, karena sesuai dengan syariat Islam, tidak hanya mendapat keuntungan tetapi juga keberkahan.

3. Apakah perbedaan terkait dengan keuntungan yang dicapai oleh Zikin Design setelah menerapkan pemasaran Islam?

Jawaban: keuntungan yang dicapai lumayan mengalami peningkatan tetapi dengan menerapkan pemasaran Islami tidak hanya mendapatkan keuntungan saja tetapi juga mendapatkan keberkahan.

4. Apakah keunikan dari Zikin Design?

Jawaban: Zikin Design memiliki ciri khas motif yang berbeda dari lainnya dan produk batik dari Zikin Design ini produk batik yang lebih untuk fashion.

Wawancara dengan Ibu Mita Karyawan Zikin Design

1. Bagaimana dengan strategi harganya di Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam menentukan harga tidak harus selalu lebih murah harganya dengan harga pesaing tetapi bisa lebih murah



sama dengan pesaing ataupun lebih mahal sedikit dari pada harga pesaingnya tetapi dengan menaikkan atau meningkatkan kualitas barang tersebut.

Wawancara dengan Ibu Eka Bagian Penjualan Zikin Design

1. Alat atau media apa yang digunakan Zikin Design dalam mempromosikan produknya?

Jawaban : Alat promosi yang digunakan Zikin Design yaitu menggunakan sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan bisa juga melihat di web resmi Zikin Design dengan alamat www.zikindesign.com, selain itu juga mengikuti pameran di berbagai daerah di Indonesia

2. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Dalam promosi Home Industri Zikin Design mengedepankan kejujuran, alat promosi dengan menggunakan website, instagram, facebook yang harganya sesuai dengan promosi di website.

3. Bagaimana kinerja karyawan dalam melayani pelanggan Zikin Design?

Jawaban : Para pekerja menggunakan pakaian bebas, rapih dan sopan, laki-laki menggunakan celana panjang dan baju/kaos sedangkan perempuan menggunakan pakaian panjang dan berjilbab. Zikin Design memberikan pelayanan kepada pembeli sangat ramah dan sabar

Wawancara dengan Ibu Nisa Karyawan Zikin Design

1. Apa perbedaan Zikin Design dengan usaha batik lainnya?

Jawaban : Home Industri Zikin Design mengedepankan fashion yang trendy, kualitas model dan motif batik maupun tenun yang bagus, dengan memproduksi sendiri dan berganti motif di setiap bulan, agar tidak banyak yang sama motifnya.

2. Apabila ada kecacatan atau tidak sesuai pesanan, apakah dapat ditukar atau diganti yang baru?



Jawaban : Home Industri Zikin Design menerapkan barang yang sudah dibeli dapat dikembalikan atau ditukarkan jika terdapat kecacatan dalam produk.

3. Bagaimana sistem kerja anda digerei ?

Jawaban : Kami harus selalu siap siaga dalam membantu pembeli yang membutuhkan bantuan seperti mencarikan produk yang diinginkan dan membantu membawakan produk yang telah diteliti

Wawancara dengan Ibu Shinta Karyawan Zikin Design

1. Bagaimana dengan pelayanan yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Pelayanan yang diberikan yaitu senyum, sapa dan ramah terhadap pembeli, karena pembeli adalah prioritas utama.

2. Bagaimana sistem kerja anda digerei ?

Jawaban : Sebelum Zikin Design dibuka sekitar pukul 08.00 WIB kami membersihkan terlebih dahulu lantai yang kotor dan menjaga kebersihan produk-produk baju batik.



Transkrip Wawancara dengan Pihak Home Industri Zikin Design

1. Sejak kapan usaha Zikin Design berdiri?

Jawaban : Zikin design berdiri pada tahun 1998.

2. Apa yang melatarbelakangi berdirinya usaha Zikin Design?

Jawaban : Dari pertama Home Industri Zikin Design dimulai dari pemiliknya sering mengikuti fashion yang ada di Sri Ratu Pekalongan dan mengikuti pameran ke sejumlah daerah dan kota di Indonesia.

3. Apa visi dan tujuan didirikannya Zikin Design?

Jawaban : Visinya untuk membuat suatu trobosan bahwa batik itu bukan sekedar motif tetapi batik digunakan untuk fashion. Tujuan dari Zikin Design antara lain: membuka lapangan pekerjaan terutama bagi orang pekalongan, mempromosikan batik baik ditaraf nasional maupun internasional agar mendunia.

4. Bagaimana struktur organisasi di Zikin Design?

Jawaban : Pemilik H. Rozikin Hasa, Store manajer Milda Zulaida, Bagian penjualan Eka, Bagian produksi Syahrul Mutaqin, Bagian Penjahitan Hasni, Bagian Finishing Angga.

5. Apa saja produk yang ditawarkan oleh Zikin Design?

Jawaban : Produk yang ditawarkan oleh Home Industri Zikin Design yaitu pakaian jadi seperti kemeja, gamis, blouse, rok, dress dan juga kain yang belum dijahit.

6. Bagaimana kualitas produk di Zikin Design?

Jawaban : Zikin Design selalu menjaga kualitas atau mutu produk. Karena dengan beragam motif dan selalu menjaga kualitas atau mutu produk maka minat atau permintaan pembeli akan terus naik. Selain itu ketika ada kecacatan produk selalu dipisah dengan produk yang bagus, jika ada



kemungkinan produk yang cacat tercampur dengan produk yang masih bagus, produk yang cacat bisa di kembalikan dan diganti

7. Bagaimana dengan strategi harganya di Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam menentukan harga tidak harus selalu lebih murah harganya dengan harga pesaing tetapi bisa lebih murah sama dengan pesaing ataupun lebih mahal sedikit dari pada harga pesaingnya tetapi dengan menaikkan atau meningkatkan kualitas barang tersebut

8. Bagaimana strategi tempat pemasarannya? Apakah sudah sesuai harapan?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam strateginya dengan cara membuka beberapa cabang atau outlet di tempat yang strategis di pusat kota dan kabupaten. Sekarang sudah memiliki dua outlet didaerah grosir setono dan IBC.

9. Alat atau media apa yang digunakan Zikin Design dalam mempromosikan produknya?

Jawaban : Alat promosi yang digunakan Zikin Design yaitu menggunakan sosial media, seperti Facebook, Twitter, Instagram dan bisa juga melihat di web resmi Zikin Design dengan alamat www.zikindesign.com, selain itu juga mengikuti pameran di berbagai daerah di Indonesia

10. Apakah jujur dalam promosi yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Dalam promosi Home Industri Zikin Design mengedepankan kejujuran, alat promosi dengan menggunakan website, instagram, facebook yang harganya sesuai dengan promosi di website.

11. Apakah ada kegiatan yang dilakukan oleh Zikin Design dalam publisitas kepada masyarakat?

Jawaban : Kegiatan yang dilakukan Home Industri Zikin Design setiap bulannya pada hari Jumat kliwon selalu membagikan nasi bungkus ke warga dan para karyawan. Dan memberi infaq dan shodaqoh ke beberapa masjid terdekat.



12. Apabila ada kecacatan atau tidak sesuai pesanan, apakah dapat ditukar atau diganti yang baru?

Jawaban : Home Industri Zikin Design menerapkan barang yang sudah dibeli dapat dikembalikan atau ditukarkan jika terdapat kecacatan dalam produk.

13. Bagaimana kinerja karyawan dalam melayani pelanggan Zikin Design?

Jawaban : Para pekerja menggunakan pakaian bebas, rapih dan sopan, laki-laki menggunakan celana panjang dan baju/kaos sedangkan perempuan menggunakan pakaian panjang dan berjilbab. Zikin Design memberikan pelayanan kepada pembeli sangat ramah dan sabar

14. Bagaimana sistem kerja anda digerai ?

Jawaban : Sebelum Zikin Design dibuka sekitar pukul 08.00 WIB kami membersihkan terlebih dahulu lantai yang kotor dan menjaga kebersihan produk-produk baju batik.

15. Bagaimana segmentasi pasar yang dituju ?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dengan sistem syariahnya melakukan segmentasi pasar dalam bidang geografis di kota Pekalongan merupakan salah satu kota batik, yang masyarakatnya memiliki sifat konsumtif dan berdaya beli yang besar dikarenakan oleh kebutuhan dan keinginan dari diri sendiri untuk tampil menarik, dengan berkembangnya batik di Indonesia yang sekarang cukup bervariasi modelnya membuat para pelaku produksi baju batik sekarang ini menjadi lebih kreatif dan bervariasi.

16. Apa pasar sasaran yang ingin dibidik oleh Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam menetapkan target pasar adalah semua kalangan. Karena di Home Industri Zikin Design tersedia produk-produk batik maupun tenun untuk semua umur. Jadi target pasar yang dilakukan oleh Home Industri Zikin Design ini sudah sesuai dan strategis dalam memilih semua kalangan sebagai target pasarnya



17. Bagaimana positioning atau dalam menentukan pasar yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Home Industri Zikin Design dalam memposisikan usahanya berbeda dengan yang lain, karena sesuai dengan syariat Islam, tidak hanya mendapat keuntungan tetapi juga keberkahan.

18. Apa perbedaan Zikin Design dengan usaha batik lainnya?

Jawaban : Home Industri Zikin Design mengedepankan fashion yang trendy, kualitas model dan motif batik maupun tenun yang bagus, dengan memproduksi sendiri dan berganti motif di setiap bulan, agar tidak banyak yang sama motifnya.

19. Bagaimana dengan pelayanan yang dilakukan oleh Zikin Design?

Jawaban : Pelayanan yang diberikan yaitu senyum, sapa dan ramah terhadap pembeli, karena pembeli adalah prioritas utama.

20. Bagaimana dengan penjualan Zikin Design?

Jawaban: Dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2013-2014 mengalami penurunan dikarenakan faktor cuaca.

21. Dengan strategi yang digunakan, apakah ada pengaruh atau dampak yang timbul bagi peningkatan dan penurunan jumlah pembeli?

Jawaban: untuk tahun ini mengalami peningkatan walaupun peningkatannya cukup sedikit dibandingkan tahun yang lalu.

22. Apakah perbedaan terkait dengan keuntungan yang dicapai oleh Zikin Design setelah menerapkan pemasaran Islam?

Jawaban: keuntungan yang dicapai lumayan mengalami peningkatan tetapi dengan menerapkan pemasaran Islami tidak hanya mendapatkan keuntungan saja tetapi juga mendapatkan keberkahan.

23. Dengan persaingan ketat, apakah usaha Zikin Design anda tetap melakukan tindakan pemasaran Islam sampai mempertahankan daya saingannya?



Jawaban: setiap usaha batik atau home industri batik sudah mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Dan Zikin Design bersaing dengan home industri batik lain secara sehat dan apa yang telah ditetapkan di Zikin Design selalu dijalankan.

24. Bagaimana perkembangan Zikin Design dari awal pendiriannya sampai saat ini? Dan apa kendalanya?

Jawaban: perkembangan Zikin Design saat ini sudah membuka cabang yaitu di grosir setono dan IBC. Dan juga Zikin Design selalu mengikuti pameran ataupun fashion show yang ada diberbagai daerah dan kota di Indonesia.

25. Apakah kelebihan dan kekurangan yang dialami Zikin Design ini dalam menjalankan pemasaran Islam selama ini?

Jawaban: kelebihan lokasi yang strategis, bisa membatalkan transaksi apabila terjadi cacat pada produk batik, kebersihan dan kemudahan dalam mencari produk batik, pelayanan yang ramah dan nyaman, produk batik dari Zikin Design diutamakan untuk fashion. Kekurangan persaingan home industri batik yang semakin banyak, kondisi cuaca yang tidak menentu, pengiriman bahan baku yang tidak tepat waktu, daya beli masyarakat menurun, jalan sekitar home industri yang rusak dan rob.

26. Apakah keunikan dari Zikin Design?

Jawaban: Zikin Design memiliki ciri khas motif yang berbeda dari lainnya dan produk batik dari Zikin Design ini produk batik yang lebih untuk fashion.



Perpustakaan IAIN Pekalongan





Lampiran 2

Panduan Wawancara dengan Pembeli Home Industri Zikin Design

1. Apakah kualitas produk Zikin Design sesuai dengan harga yang ditawarkan ?
2. Apakah kualitas ,jenis, ukuran, harga sesuai yang di promosikan di media social sesuai dengan yang ditawarkan ?
3. Dalam penataan produk yang Zikin Design apakah memudahkan anda untuk mencari produk yang dibutuhkan?
4. Apakah saat ibu membeli di Zikin Design menemukan barang yang cacat? Jika iya, apakah boleh dikembalikan atau ditukar dengan yang tidak cacat ?
5. Apakah pelayanan di Zikin Design memuaskan ? jika ada komplain, apakah menerima atau merespon complain tersebut dengan baik ?
6. Apakah pedagang melakukan sumpah palsu dalam menyakinkan anda untuk membeli produknya ?



Lampiran 2

Wawancara dengan Ibu Nani Pembeli Zikin Design

1. Apakah kualitas produk Zikin Design sesuai dengan harga yang ditawarkan ?
Jawaban : Produk batik yang dijual berkualitas dan bagus sesuai dengan harga yang ditawarkan.
2. Apakah kualitas ,jenis, ukuran, harga sesuai yang di promosikan di media social sesuai dengan yang ditawarkan ?
Jawaban : Harganya tidak memberatkan karena harganya sesuai dengan kualitas produk dan saya juga tertarik membeli produk-produk dari Zikin Design ini karena di samping kualitasnya baik dan juga banyak pilihan motif
3. Apakah saat ibu membeli di Zikin Design menemukan barang yang cacat?
Jika iya, apakah boleh dikembalikan atau ditukar dengan yang tidak cacat ?
Jawaban : Saya pernah membeli kemeja setelah dicek dirumah ada ketidaksesuaian ukuran lengan yang tidak sama panjang antara kanan dan kiri. Lalu saya kembalikan ke Zikin Design ditukar dengan yang baru dan ukuran yang pas.
4. Apakah pelayanan di Zikin Design memuaskan ?
Jawaban : Belanja di Home Industri Zikin Design cukup nyaman karena penataan produk batik dan tenun rapih, penempatan bajunya dipisahkan antara harga yang murah dengan yang mahal, jadi memudahkan pembeli dalam mencari produk baju yang dicari, serta ruangan yang berAC dan menyediakan tempat parkir gratis dan aman. Selain itu di Home Industri Zikin Design menyediakan musholla, kamar mandi, tempat duduk yang bersih dan menyediakan minuman gelas bagi pembeli



Wawancara dengan Ibu Ani Pembeli Zikin Design

1. Dalam penataan produk yang Zikin Design apakah memudahkan anda untuk mencari produk yang dibutuhkan?

Jawaban : Belanja di Zikin Design cukup nyaman karena penataan produk batik dan tenun rapih, penempatan bajunya dipisahkan antara harga yang murah dengan yang mahal, jadi memudahkan pembeli dalam mencari produk baju yang dicari, serta ruangan yang berAC dan menyediakan tempat parkir gratis dan aman

2. Apakah pelayanan di Zikin Design memuaskan ? jika ada komplain, apakah menerima atau merespon complain tersebut dengan baik ?

Jawaban : iya pelayanan di Zikin Design ramah, sopan, sabar. Saat saya membeli kemeja setelah dicek dirumah ada kecacatan dan saya tukarkan kembali respon dari pihak penjaga gerai sangat ramah.



Transkrip Wawancara dengan Pembeli Home Industri Zikin Design

1. Apakah kualitas produk Zikin Design sesuai dengan harga yang ditawarkan ?
Jawaban : Produk batik yang dijual berkualitas dan bagus sesuai dengan harga yang ditawarkan.
2. Apakah kualitas ,jenis, ukuran, harga sesuai yang di promosikan di media social sesuai dengan yang ditawarkan ?
Jawaban : Harganya tidak memberatkan karena harganya sesuai dengan kualitas produk dan saya juga tertarik membeli produk-produk dari Zikin Design ini karena di samping kualitasnya baik dan juga banyak pilihan motif
3. Dalam penataan produk yang Zikin Design apakah memudahkan anda untuk mencari produk yang dibutuhkan?
Jawaban : Belanja di Zikin Design cukup nyaman karena penataan produk batik dan tenun rapih, penempatan bajunya dipisahkan antara harga yang murah dengan yang mahal, jadi memudahkan pembeli dalam mencari produk baju yang dicari, serta ruangan yang berAC dan menyediakan tempat parkir gratis dan aman
4. Apakah saat ibu membeli di Zikin Design menemukan barang yang cacat?
Jika iya, apakah boleh dikembalikan atau ditukar dengan yang tidak cacat ?
Jawaban : Saya pernah membeli kemeja setelah dicek dirumah ada ketidaksesuaian ukuran lengan yang tidak sama panjang antara kanan dan kiri. Lalu saya kembalikan ke Zikin Design ditukar dengan yang baru dan ukuran yang pas
5. Apakah pelayanan di Zikin Design memuaskan ? jika ada komplain, apakah menerima atau merespon complain tersebut dengan baik ?
Jawaban : iya pelayanan di Zikin Design ramah, sopan, sabar. Saat saya membeli kemeja setelah dicek dirumah ada kecacatan dan saya tukarkan kembali respon dari pihak penjaga gerai sangat ramah.



6. Apakah pedagang melakukan sumpah palsu dalam menyakinkann anda untuk membeli produknya ?

Jawaban : tidak melakukan sumpah palsu karena pada saat saya beli langsung melihat produk batik yang telah diambilkan oleh pelayan atau penjaga gerai.





Lampiran 3 : Panduan Observasi

1. Menyediakan berbagai model baju yang trendy dengan mengedepankan kualitas.
2. Menerapkan hak khayar atau hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi apabila terdapat cacat produk.
3. Produk batik dan tenun yang rusak dan cacat tidak dicampur dengan produk yang bagus.
4. Penataan produk batik yang rapih, dan memisahkan antara harga yang murah dan harga yang mahal.
5. Memberikan harga yang jelas dan menawarkan produk sesuai yang ada di website, instagram, dan facebook ketika promosi dilakukan.
6. Memberikan pelayanan yang ramah.
7. Pemilihan karyawan untuk perempuan lebih memprioritaskan yang berjilbab.
8. Pemilihan lokasi yang strategis.
9. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk batik maupun tenun.
10. Memberikan respon yang baik ketika komplain pembeli.
11. Sudah menerapkan strategi pemasaran Islami dengan tidak melupakan etika maupun prinsip sesuai dengan syariat Islam.



Lampiran 3 : Transkrip Hasil Observasi

1. Menyediakan berbagai model baju yang trendy dengan mengedepankan kualitas.

Benar adanya Zikin Design menyediakan berbagai model baju perempuan dan laki-laki yang trendy dengan mengedepankan kualitas dan model batik yang lebih ke fashion.

2. Menerapkan hak khiyar atau hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi apabila terdapat cacat produk.

Benar adanya pembeli boleh mengembalikan ataupun menukarkan produk batik maupun tenun yang terdapat cacat apabila sudah terlanjur membeli dan baru ketahuan pada saat ditempat ataupun tidak.

3. Produk batik dan tenun yang rusak dan cacat tidak dicampur dengan produk yang bagus.

Benar adanya produk batik dan tenun yang cacat akan dipisahkan dengan yang bagus, karena sudah ada pengecekan terlebih dahulu sebelum di letakkan di gerai.

4. Penataan produk batik yang rapih, dan memisahkan antara harga yang murah dan harga yang mahal.

Benar adanya penataan produk batik yang rapih agar memudahkan pembeli saat memilih produk batik dan memisahkan antara harga yang murah dan harga yang mahal. Dan kenyamanan ruangan yang berAC.

5. Memberikan harga yang jelas dan menawarkan produk sesuai yang ada di website, instagram, dan facebook ketika promosi dilakukan.

Zikin Design memberikan harga yang jelas dan ditawarkan sesuai yang ada di website, Instagram dan facebook ketika mempromosikan.



6. Memberikan pelayanan yang ramah.

Saat ada pembeli atau pelanggan di Zikin Design penjaga gerai memberikan pelayanan yang sabar dan ramah. Dan juga saat membayar dikasir pelayanan ramah dan senyum.

7. Pemilihan karyawan untuk perempuan lebih memprioritaskan yang berjilbab.

Benar adanya pemilihan dan pengelolaan karyawannya itu karyawan perempuan dalam kesehariannya diutamakan berjilbab dan karyawan laki-laki berpakaian yang sopan dan rapih.

8. Pemilihan lokasi yang strategis.

Pemilihan tempat yang strategis sudah sesuai harapan karena dekat dengan keramaian dan jalan raya juga dipusat kota dan kabupaten.

9. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk batik maupun tenun.

Benar adanya Zikin Design memberikan harga sesuai dengan kualitas produk batik maupun tenun.

10. Memberikan respon yang baik ketika komplain pembeli.

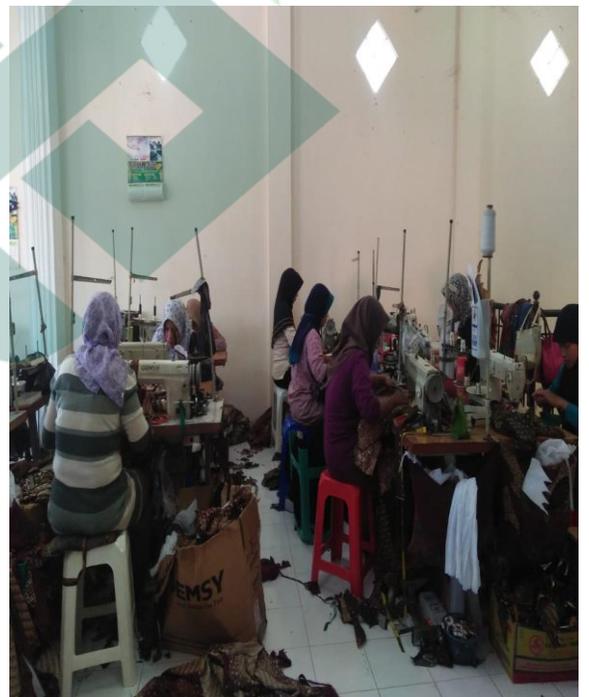
Benar adanya Zikin Design memberikan respon yang baik ketika pembeli complain dan juga boleh ditukar dengan produk yang baru.

11. Sudah menerapkan strategi pemasaran Islami dengan tidak melupakan etika maupun prinsip sesuai dengan syariat Islam.

Dengan menjual produk batik yang bagus dan berkualitas, menerapkan hak khiyaraib, pelayanan kepada pembeli atau pelanggan yang baik dan ramah, itu semua sudah diterapkan oleh Zikin Design karena kegiatan jualbeli tidak hanya mendapatkan keuntungan melainkan keberkahan juga.

Lampiran 4

Tempat Produksi





Gerai IBC





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) 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 : 815/In.30/M.6/PP.00.9/09/2018
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

25 September 2018

Kepada Yth,
Pengelola Zikin Design Kota Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Na'imatul Chusna

NIM : 2013113213

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Strategi Pemasaran Islami Pada Home Industri Batik Dalam Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Di Zikin Design 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 Fakhri, M.S.I.
NIP. 197701232003121001



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Na'imatul Chusna
Nim : 2013113213
Tempat/ Tanggal Lahir : Pekalongan, 09 Mei 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl Dr. Wahidin Noyontaan Gang XIb N0.24b Rt 03 Rw
03 Pekalongan, Kota Pekalongan

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Ahmad Rozaki
Pekerjaan : Buruh
Nama Ibu : Nanik Wijiyati
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl Dr. Wahidin Noyontaan Gang XIb N0.24b Rt 03 Rw
03 Pekalongan, Kota Pekalongan

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MSI 02 KEPUTRAN Tahun 2001 - 2007
2. SMP SALAFIYAH PEKALONGAN Tahun 2007 – 2010
3. MAN 2 PEKALONGAN Tahun 2010 – 2013
4. IAIN PEKALONGAN Angkatan Tahun 2013

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 27 November 2018



Na'imatul Chusna

NIM. 2013113213



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini Pemilik Home Industri Zikin Design Pekalongan menerangkan bahwa :

Nama : Na'imatul Chusna
Tempat, Tanggal lahir : Pekalongan, 09 Mei 1995
Jurusan/Program studi : Ekonomi Syariah/ Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Pekalongan
NIM : 2013113213

adalah benar telah melakukan kegiatan penelitian di Home Industri Zikin Design Pekalongan dalam skripsi dengan judul "STRATEGI PEMASARAN ISLAMI PADA HOME INDUSTRI BATIK DALAM PENINGKATAN PENJUALAN (Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 28 November 2018

Pemilik Usaha

Zikin design

Jl. Manunggal 3 No. 12
Kraton Lor Pekalongan
Telp. (0285) 428198. 79299
H. Rozikin Hasa



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 : **NA'IMATUL CHUSNA**
NIM : **2013113213**
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 PADA HOME INDUSTRI BATIK DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN
(Studi Kasus Zikin Design Pekalongan)**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif 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, Februari 2019



NA'IMATUL CHUSNA
NIM. 2013113213

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