

**IMPLEMENTASI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING* DAN *POSITIONING***

**DALAM MENINGKATAN PENJUALAN HIJAB**

**DITINJAU DARI *SYARI'AH MARKETING***

**(STUDI KASUS DI USMANIKA FAZA HIJAB KEDIRI)**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk menyelesaikan skripsi guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Disusun Oleh :**

**ELSA DARLIANA**

**9313.061.14**

**JURUSANEKONOMI SYARI'AH**

**FAKULTASSYARI'AH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING* DAN *POSITIONING*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HIJAB  
DITINJAU DARI *SYARI'AH MARKETING*  
(Studi Kasus di Usmanika Faza Hijab Kediri)**

**ELSA DARLIANA  
NIM. 9.313.061.14**

Disetujui oleh:

**Pembimbing I**



**H. Abdul Wahab A. Khalil, LC., MA  
NIP. 19670111 200112 1 001**

**Pembimbing II**



**Syaiful Bahri, MHI  
NIP. 19860220 201503 1 004**

**NOTA DINAS**

Kediri, 24 Mei 2018

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 - Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing  
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ELSA DARLIANA

NIM : 9313.061.14

Judul : IMPLEMENTASI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING*  
DAN *POSITIONING* DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN HIJAB DI TINJAU DARI *SYARIAH*  
*MARKETING* (Studi Kasus di Usmanika Faza Hijab Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat  
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian  
akhir Sarjana Strata Satu (S-I).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan  
harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan  
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**



**H. Abdul Wahab A. Khalil, LC., MA**  
NIP. 19670111 200112 1 001

**Pembimbing II**



**Syaiful Bahri, MHI**  
NIP. 19860220 201503 1 004

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 04 Juli 2018

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 - Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswi:

Nama : ELSA DARLIANA

NIM : 9313.061.14

Judul : IMPLEMENTASI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING*  
*DAN POSITIONING* DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN HIJAB DI TINJAU DARI *SYARI'AH*  
*MARKETING* (Studi Kasus di Usmanika Faza Hijab Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2018, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing I**



**H. Abdul Wahab A. Khalil, LC., MA**  
**NIP. 19670111 200112 1 001**

**Pembimbing II**



**Syaiful Bahri, MHI**  
**NIP. 19860220 201503 1 004**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *SEGMENTING, TARGETING* DAN *POSITIONING*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HIJAB  
DITINJAU DARI *SYARI'AH MARKETING*  
(Studi Kasus di Usmanika Faza Hijab Kediri)**

**ELSA DARLIANA  
NIM. 9.313.061.14**

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Syari'ah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 05 Juni 2018

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI** (.....)  
**NIP. 19750101 199803 1 002**
2. Penguji I  
**H. Abdul Wahab A. Khalil, LC., MA** (.....)  
**NIP. 19670111 200112 1 001**
2. Penguji II  
**Syaiful Bahri, MHI** (.....)  
**NIP. 19860220 201503 1 004**

Kediri, 04 Juli 2018  
Dekan Fakultas Syariah

**Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI  
NIP. 19750101 199803 1 002**

## HALAMAN MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ  
تُفْلِحُونَ (10)

Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu di muka bumi, dan carilah  
karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

(QS. Al-Jumu'ah: 10)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji bagi Allah SWT dan atas dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Teruntuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sudarso dan Ibu Lis Yuanis, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya dan selalu menyemangati dalam setiap proses.
2. Teruntuk adik-adik saya tersayang Nita Yuanita dan Anindita Keisha Zahra yang selalu memberikan motivasi dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
3. Teruntuk dosen pembimbing saya Bapak Abdul Wahab dan Bapak Syaiful Bahri yang senantiasa membimbing, mengingatkan, menegur dan memotivasi dalam mengerjakan skripsi.
4. Teruntuk M. Habib Fachrudin yang selalu memberi semangat, membantu dan menemani dalam segala situasi apapun.
5. Teruntuk Kakak Tuntik (Dhita Ayu, Sinta Maghfiroh, dan Diana Nurlilia) yang memberikan teguran, semangat, memotivasi, dan terima kasih untuk setiap kenangan yang telah kita lalui bersama.
6. Teruntuk Friendly (Dek Anggun, Teh Nikmah, Kak Etik, Mas Akbar, Mas Bayu, Mas Shofa dan Fathan) yang telah menjadi tempat untuk membagi suka dan duka serta bersedia membagi ilmu dan wawasan serta waktunya untuk berkumpul.
7. Teruntuk teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2014 dan lain jurusan Stain Kediri yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

## ABSTRAK

ELSA DARLIANA, Dosen Pembimbing H. Abdul Wahab Ahmad Khalil, LC., MA. dan Syaiful Bahri, MHI : Implementasi Strategi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* dalam Meningkatkan Penjualan Hijab Ditinjau dari *Syari'ah Marketing* (Studi Kasus di Usmanika Faza Hijab Kediri), Ekonomi Syariah, Syariah, IAIN Kediri, 2018.

Kata Kunci: *Segmenting, Targeting, Positioning, Syari'ah Marketing*

Aspek strategi pemasaran ada 3 (tiga) yaitu *segmenting, targeting* dan *positioning*. Apabila ketiga aspek strategi pemasaran tersebut sudah berjalan, maka dalam suatu perusahaan akan meningkatkan volume penjualannya. Ketiga aspek ini sangat penting dalam pemasaran, Usmanika Faza Hijab merupakan usaha yang menjual berbagai macam hijab yang selalu mengikuti *trend*, sudah ada sejak tahun 2010 dan pemasarannya terus mengalami perkembangan. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji mengingat tidak banyak perusahaan belum lama berdiri sudah mampu meningkatkan volume penjualan dengan cepat dan luas ditinjau dari *Syari'ah marketing* apakah sudah mampu. Dengan demikian yang menjadi fokus penelitian yang dapat diambil adalah (1) bagaimana implementasi strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan hijab di Usmanika Faza Hijab, (2) bagaimana tinjauan *syari'ah marketing* terhadap implementasi strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* dalam meningkatkan penjualan Hijab.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, dimana kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan. Sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) Usmanika Faza hijab sudah menerapkan 3 (tiga) aspek pemasaran yaitu : *segmenting, targeting* dan *positioning*. *Segmenting* pasar cukup luas mulai dari segmentasi demografi, geografi, dan *psycography*. Target pasar yang di tuju yaitu anak-anak remaja putri yang berusia antara 12-22 tahun, tempat tinggal mulai dari desa sampai kota. Strategi *positioning* yang di pakai Usmanika Faza hijab yaitu dengan cara menggait pelanggan dengan promo, pembelian paket hijab dan *give away*. Serta hijab yang dijual selalu mengikuti *trend* yang ada dan banyak model hijab serta warna hijab yang bervariasi. (2) Ditinjau dari *syari'ah marketing* Usmanika Faza Hijab sudah mengamalkan karakteristik *syari'ah marketing* yang meliputi teistis (ketuhanan) yaitu yakin bahwa setiap gerak-gerik yang dilakukan selalu diawasi oleh Allah SWT, etis (akhlak) yaitu ibu Usmanika dan pegawai selalu berlaku baik kepada siapa saja, realistis (fleksibel) yaitu ibu Usmanika tidak berbohong antara hijab dan postingan yang ada di sosial media, dan humanistis (universal) yaitu saling menghormati sesama.



## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Huruf Transliterasi

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ء	'	ض	Ḍ
ب	B	ط	Ṭ
ت	T	ظ	Ẓ
ث	Th	ع	'
ج	J	غ	Gh
ح	Ḥ	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	ه	H
ص	Ṣ	ي	Y

### B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap (*shaddah*), yang bersumber dari *ya'* nisbah (*ya'* yang ditulis sebagai penunjuk sifat) ditulis coretan di atasnya.

احمدية : Ditulis *Ahmadīyah*

Konsonan rangkap yang berasal dari bukan ya' nisbah ditulis dobel hurufnya

دَلَّ : Ditulis *Dalla*

### C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis "ah" :

جماعة : Ditulis *Jamā'ah*

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain (sebagai mudhaf),

ditulis "at" :

نعمة الله : Ditulis *ni'mat Allah*

زكاة الفطر : Ditulis *zakāt al-fiṭr*

### D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dhammah ditulis u, masing-masing dengan huruf tunggal.

### E. Vokal Panjang

a panjang ditulis a, i panjang ditulis i, u panjang ditulis u, masing-masing dengan coretan diatas huruf a, i, u.

### F. Bunyi Hidup Dobel

Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf "ay" dan "aw" masing-masing untuk (اي) dan (او).

### G. Kata Sandang Alif + Lam

Jika terdapat huruf alif + lam yang diikuti huruf qamariyah maupun diikuti huruf shamsiyah, huruf *al* ditulis :

الجامعة : Ditulis *al-Jāmi'ah*

الشية : Ditulis *al-Shī'ah*

## **H. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

## **I. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat**

Tetap konsisten dengan rumusan di atas, kata dalam rangkaian frase dan kalimat ditulis kata per kata.

شيخ الإسلام : Ditulis *Shaikh al-Islām*

## **J. Lain-lain**

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (seperti kata *ijmak*, *nash*, *Al-Qur'an*, *Hadits*, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan Implementasi Strategi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab Ditinjau dari *Syari'ah Marketing*.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM., selaku Rektor IAIN Kediri atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI., selaku Dekan Fakultas Syariah beserta jajarannya atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Bapak H. Abdul Wahab Ahmad Khalil, MA selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi dorongan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak Syaiful Bahri, MHI selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan member dorongan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Usmanika Azhim selaku pemilik usaha hijab yang telah memberikan izin, waktu luang dan segala bantuan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga penulis skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin. Penulis menyadari dengan segenap kerendahan hati, bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 06 Juni 2018.

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka .....	10
BAB II: LANDASAN TEORI.....	13
A. <i>Segmenting</i> .....	13
1. Pengertian <i>Segmenting</i> .....	13
2. Dasar Segmentasi Pasar.....	15
B. <i>Targeting</i> .....	17
1. Pengertian <i>Targeting</i> .....	17
2. Kriteria Menentukan Target Pasar.....	18

C. <i>Positioning</i> .....	20
1. Pengertian <i>Positioning</i> .....	20
2. Strategi <i>Positioning</i> .....	23
3. Faktor-faktor dalam Strategi <i>Positioning</i> .....	25
D. <i>Syari'ah Marketing</i> .....	27
1. Konsep <i>Syari'ah Marketing</i> .....	27
2. Karakteristik <i>Syari'ah Marketing</i> .....	29
3. <i>Key Succes</i> Faktor dalam Mengelola Bisnis <i>Syari'ah</i> .....	33
4. Etika <i>Syari'ah Marketer</i> .....	37
BAB III: METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Kehadiran Peneliti .....	43
C. Lokasi Penelitian .....	43
D. Sumber Data.....	43
E. Metode Pengumpulan Data .....	45
F. Analisis Data.....	46
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	49
BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	50
A. Gambaran Umum Usmanika Faza Hijab.....	50
1. Sejarah Usmanika Faza Hijab.....	50
2. Lokasi Usmanika Faza Hijab.....	52
3. Struktur Usmanika Faza Hijab.....	52
4. Prinsip Kerja di Usmanika Faza Hijab.....	53
5. Sistem Gaji dan Upah di Usmanika Faza Hijab.....	53
6. Proses Pemasaran di Usmanika Faza Hijab .....	54
B. Paparan Data.....	54
1. Strategi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Usmanika Faza Hijab Kediri .....	54

2. Strategi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Usmanika Faza Hijab Ditinjau dari <i>Syari'ah Marketing</i> .....	60
C. Temuan Penelitian .....	65
BAB V : PEMBAHASAN.....	66
A.Strategi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Usmanika Faza Hijab Kediri .....	66
B.Strategi <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Hijab di Usmanika Faza Hijab Ditinjau dari <i>Syari'ah Marketing</i> .....	68
BAB VI : PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Foto Dokumentasi

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup