

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
BISNIS DITINJAU DARI SYARIAH *MARKETING*  
(Studi Kasus Pada Toko Zoya Cabang Kediri)**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**EKA YUNITA RAHAYU**

931333018

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
BISNIS DITINJAU DARI *SYARIAH MARKETING*  
(Studi Kasus Pada Toko Zoya Cabang Kediri)**


EKA YUNITA RAHAYU


931333018

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. Ali Samsuri, M.El  
NIP. 197610312009011003

  
Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I  
NIP. 198408152018012001

## NOTA DINAS

Kediri, 21 Maret 2022

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di Jl. Sunan Ampel No. 07-Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : EKA YUNITA RAHAYU  
NIM : 931333018  
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS DITINJAU DARI *SYARIAH  
MARKETING* (STUDI KASUS PADA TOKO ZOYA  
CABANG KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami  
berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai  
kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I,



Dr. Ali Samsuri, M.El

NIP. 197610312009011003

Pembimbing II,



Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I

NIP. 198408152018012001

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 17 Mei 2022

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di Jl. Sunan Ampel No. 07-Ngronggo  
Kediri.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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


Nama : EKA YUNITA RAHAYU  
NIM : 931333018  
Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DITINJAU DARI *SYARIAH MARKETING* (STUDI KASUS PADA TOKO ZOYA CABANG KEDIRI)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam siding munaqosah pada tanggal 18 April 2022, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.


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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I,

  
Dr. Ali Samsuri, M.EI  
NIP. 197610312009011003

Pembimbing II,

  
Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I  
NIP. 198408152018012001

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS  
DITINJAU DARI SYARIAH MARKETING  
(Studi Kasus Pada Toko Zoya Cabang Kediri)**

**EKA YUNITA RAHAYU  
NIM. 931333018**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 18 April 2022

**Tim Penguji:**

**1. Penguji Utama**

**Dr. Sulistyowati, S.HI, M.EI**

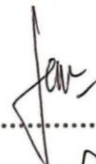
**NIP. 198109302009012008**

  
(.....)

**2. Penguji I**

**Dr. Ali Samsuri, M.EI**

**NIP. 197610312009011003**

  
(.....)

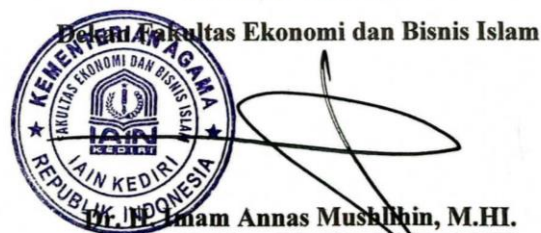
**3. Penguji II**

**Ririn Tri Puspita Ningrum**

**NIP. 198408152018012001**

  
(.....)

**Kediri, 17 Mei 2022**



**NIP. 197501011998031002**

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka  
mengubah diri mereka sendiri.

(Q.S Ar-Ra'd: 6)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Maka dengan ini kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Mohamad Roji dan Ibu Khurotul Ayun yang selalu membimbing, menyayangi, mendukung dan mendoakan saya.
2. Kepada Bapak Dr. Ali Samsuri, M.EI., dan Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar membimbing, memberikan masukan dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada adik saya Cyndi Aulia Dwi Ananda beserta keluarga besar yang selalu mendukung saya.
4. Kepada pihak Toko Zoya Cabang Kediri yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian skripsi di tempat tersebut.
5. Kepada sahabat saya yaitu Lailatul Kasanah, Silvia Pungky, dan Musniati yang selalu setia membantu, mendengar keluh kesah dan mendukung saya.
6. Kepada teman-teman saya yang telah membantu dan menemani dalam mengerjakan skripsi ini khususnya Rofi', Adinda dan Binti.
7. Almamaterku serta teman-teman Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

## ABSTRAK

EKA YUNITA RAHAYU, Dosen Pembimbing Dr. Ali Samsuri, M.EI dan Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I. Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari *Syariah Marketing* (Studi Kasus Pada Toko Zoya Cabang Kediri). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Syariah Marketing*, Persaingan

Semakin berkembangnya zaman menyebabkan semakin banyaknya model pakaian yang beredar di pasaran. Salah satu *trend* yang berkembang saat ini yaitu *fashion* muslim. Banyaknya pengusaha yang mendirikan bisnis khususnya dalam *fashion* muslim menjadi salah satu penyebab semakin tajamnya tingkat persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Untuk menghadapi persaingan bisnis, perusahaan harus melakukan strategi pemasaran dengan baik agar produk yang dijual dapat laris di pasaran dan mampu bertahan dalam persaingan yang ada. Berangkat dari hal tersebut, peneliti bermaksud menelaah lebih jauh tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Zoya Cabang Kediri dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari *Syariah Marketing*.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan sumber data primer dari hasil wawancara dengan kepala toko, karyawan, dan konsumen Toko Zoya Cabang Kediri dan hasil data sekundernya dari hasil dokumentasi. Peneliti menganalisis data melalui empat tahap yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Strategi pemasaran yang dilakukan Toko Zoya Cabang Kediri dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan melakukan strategi bauran pemasaran 4P yaitu: dari segi produk Toko Zoya Cabang Kediri menyediakan berbagai jenis produk mulai dari busana muslim, kerudung hingga kosmetik, menggunakan bahan yang berbeda dari tempat lain, melakukan evaluasi toko, melakukan inovasi produk, dan selalu mempertahankan kualitas produk. Dari segi harga yaitu menetapkan harga dengan menghitung rasio biaya-biaya yang dikeluarkan dan disesuaikan dengan kualitas produk serta memberikan potongan harga. Dari segi tempat dengan memilih tempat yang strategis, luas dan dekat pusat keramaian. Dari segi promosi yaitu melakukan promosi secara *offline* dan *online*. 2) Toko Zoya Cabang Kediri sudah sesuai dengan karakteristik *syariah marketing* yang terdiri dari Teistis (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanistis (*Al-Insaniyyah*) serta telah menerapkan beberapa etika *syariah marketing* yang meliputi berperilaku baik dan simpatik, bertindak adil dalam bisnis, bersikap melayani dan rendah hati, menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, dan tidak melakukan sogok atau suap.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari *Syariah Marketing* (Studi Kasus Pada Toko Zoya Cabang Kediri)”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita baik di dunia maupun di akhirat.

Suatu kebanggan tersendiri apabila suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini merupakan tugas yang tidak ringan. Penulis sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis itu sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Untuk itu ucapan terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, M.M., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc. M.EI. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.

4. Bapak Dr. Ali Samsuri, M.El., dan Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri, serta teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018 IAIN Kediri.
6. Kepala toko dan seluruh karyawan Toko Zoya Cabang Kediri yang telah memberikan tempat untuk penulis melakukan penelitian dan bersedia memberikan ilmu sebagai informan dalam skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Mohamad Roji dan Ibu Khurotul Ayun yang selalu membimbing, menyayangi, mendukung dan mendoakan saya.
8. Kepada adik saya beserta keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
9. Teman-teman prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri yang telah membantu dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberi saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga apa yang terdapat dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Kediri, 18 Maret 2022

Eka Yunita Rahayu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>15</b>
A. Strategi Pemasaran .....	15
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	15
2. Bauran Pemasaran.....	16

B. Persaingan Bisnis .....	20
1. Pengertian Persaingan Bisnis .....	20
2. Persaingan Bisnis Dalam Islam .....	21
3. Strategi Menghadapi Persaingan .....	22
C. <i>Syariah Marketing</i> .....	22
1. Pengertian <i>Syariah Marketing</i> .....	22
2. Karakteristik <i>Syariah Marketing</i> .....	23
3. Etika <i>Syariah Marketing</i> .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	33
B. Kehadiran Peneliti .....	33
C. Lokasi Penelitian .....	34
D. Sumber Data .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Analisis Data .....	36
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	38
H. Tahap-Tahap Penelitian .....	39
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Paparan Data .....	41
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
2. Strategi Pemasaran Toko Zoya Cabang Kediri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis .....	47
3. Implementasi <i>Syariah Marketing</i> Dalam Strategi Pemasaran Toko Zoya Cabang Kediri .....	58

B. Temuan Penelitian .....	61
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A. Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Zoya Cabanng Kediri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis .....	63
B. Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Zoya Cabang Kediri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari <i>Syariah Marketing</i> .....	71
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Toko Zoya Cabang Kediri.....	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Zoya Cabang Kediri Tahun 2018-2021.....	8
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Toko Zoya Cabang Kediri .....	44
Tabel 4.2 Data Penjualan Toko Zoya Cabang Kediri Tahun 2018-2021.....	48
Tabel 4.3 Daftar Harga Produk Di Toko Zoya Cabang Kediri .....	53
Tabel 4.3 Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Toko Zoya dengan Kompetitor Bulan April 2022 .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	92
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian .....	94
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian dari Toko Zoya Cabang Kediri .....	95
Lampiran 4. Dokumentasi .....	96
Lampiran 5. Daftar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 1 .....	98
Lampiran 6. Daftar Konsultasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing 2 .....	99
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup .....	100