

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH*
MUHAMMAD SYAKIR SULA
(Studi Kasus di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)**

SKRIPSI

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



Oleh :

TITIN MUALIFAH

9313.040.18

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul :

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OMZET
PENJUALAN PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH* MUHAMMAD
SYAKIR SULA**

(Studi Kasus di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)

Oleh :

TITIN MUALIFAH

9313.040.18

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Ali Samsuri, MEI
NIP. 19761031 200901 1 003

Pembimbing II



Arif Zunaidi, SHI, MEI
NIDN. 2007048202

NOTA DINAS

Kediri, 24 Juni 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 07-Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : TITIN MUALIFAH

NIM : 931304018

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF *MARKETING*
SYARIAH MUHAMMAD SYAKIR SULA (Studi Kasus di
Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)

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 segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

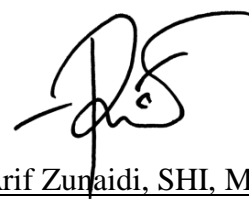
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Ali Samsuri, MEI
NIP. 19761031 200901 1 003

Pembimbing II



Arif Zulfaidi, SHI, MEI
NIDN. 2007048202

NOTA BIMBINGAN

Kediri, 14 Juli 2022

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

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya lampirkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : TITIN MUALIFAH

NIM : 931304018

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF *MARKETING*
SYARIAH MUHAMMAD SYAKIR SULA (Studi Kasus
di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)

Setelah diperbaiki materi dan penyusunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada 14 Juli 2022, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

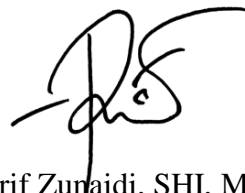
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Ali Samsuri, MEI
NIP. 19761031 200901 1 003

Pembimbing II



Arif Zunaidi, SHI, MEI
NIDN. 2007048202

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH*
MUHAMMAD SYAKIR SULA
(Studi Kasus di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)

TITIN MUALIFAH

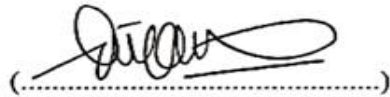
9313.040.18

Telah diujikan didepan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 14 Juli 2022.

Tim penguji,

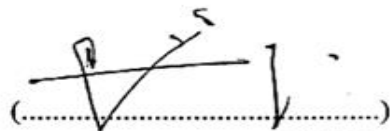
1. Penguji Utama

Dijan Novia Saka, SE., MM
NIDN. 0714127001

()


2. Penguji I

Dr. Binti Mutafarida, SE. MEI
NIDN. 2104108403

()

3. Penguji II

Arif Zunaidi, SHI, MEI
NIDN. 2007048202

()

Kediri, 14 Juli 2022
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam


Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI
NIP. 197501011998031002

HALAMAN MOTTO

مَنْ سَارَ عَلَى الدَّرْبِ وَصَلَ

Artinya: “Barang siapa yang berjalan pada jalannya niscaya pasti akan sampai (pada tujuannya).”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang paling indah melainkan lantunan do'a dan rasa syukur yang selalu melangit, Alhamdulillah atas segala karunia Allah SWT. Akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan dengan baik. Semoga akhir dari keberhasilan menyelesaikan skripsi ini menjadi langkah awal saya untuk meraih cinta dan cita-cita saya. Oleh karena itu skripsi saya ini akan saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta saya yang sangat saya sayangi dan hormati, Bapak Sapawi dan Ibu Siti Maemonah, yang tidak pernah lelah dan tidak pernah putus selalu mendo'akan saya dan selalu memberikan dukungan, kasih sayang, semangat, nasihat, masukan dan juga teguran saat saya ada kekhilafan dalam lisan maupun perbuatan. Semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan lindungan, keberkahan dan kemulyaan kepada mereka atas kesabaran mereka dalam mendidik dan membesarkan saya dan adik saya.
2. Adik saya Firma Nur Isna Albaiti yang selalu memberikan *vibes positif* yang sangat luar biasa kepada saya, hingga saya dapat mengubah pola berfikir saya tentang bagaimana untuk terus maju mengejar cita-cita saya dan berusaha harus menjadi contoh pribadi yang lebih baik lagi dihadapannya, dan dengan segera menyelesaikan pendidikan S1 saya sebagai langkah awalnya. Dan Segenap keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan, motivasi serta semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

3. Teruntuk dosen pembimbing Bapak Dr. Ali Samsuri, MEI. dan Bapak Arif Zunaidi SHI. MEI. yang tidak pernah lelah dalam membimbing dan memberi masukan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat, Teman dan kerabat, Miya Ulfatu' Aini, Inna Nuraini, Awaliana Rahmawati, Atmim Lana Nurona, terkhusus untuk M. Agus Harianto yang selalu ada untuk saya, yang telah ikhlas memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu dan memberi suport saya dalam menempuh gelar sarjana dan tak lupa seluruh teman-teman seperjuangan dan terutama mahasiswa ES 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih selalu memberikan semangat dan dukungannya, semoga do'a dan hal-hal baik yang telah diberikan kepada saya memberikan berkah juga kepada kalian.
5. Bank Indonesia dan GenBI (Generasi Baru Indonesia) Kediri Komisariat IAIN Kediri, semoga terus menjadi Energi Untuk Negeri. UKM Pramuka IAIN Kediri, terimakasih pengalaman dan kesempatan yang diberikan kepada saya untuk mengasah potensi dan dapat berproses didalamnya.
6. Yayasan Amanah Insan Madani (AIM) KB TK Al Fikri Kedurungsari-Tarokan-Kediri yang sangat saya hormati dan banggakan. Terimakasih kepada ketua yayasan AIM, segenap dewan guru dan seluruh pengurus yayasan, Semoga Allah SWT. selalu memberikan kemudahan dan keberkahan.
7. Almamater kampus IAIN Kediri, yang sangat saya banggakan dari dulu hingga nanti.

ABSTRAK

Titin Mualifah, Dosen Pembimbing Dr. Ali Samsuri, MEI, Dan Arif Zunaidi, SHI. MEI : *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Marketing Syariah Muhammad Syakir Sula (Studi Kasus di Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk)*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri 2022.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, *Marketing Syariah*.

Pemasaran merupakan suatu hal yang dilakukan oleh para pelaku bisnis ataupun pengusaha terkhusus para pedagang untuk menarik para konsumen, dengan tujuan agar menambah omzet atau pendapatan perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah yang pertama untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk untuk meningkatkan omzet penjualan dan yang kedua untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk untuk meningkatkan omzet penjualan perspektif *marketing syariah* Muhammad Syakir Sula. Pada penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi pemasaran dan juga berbagai permasalahan yang dihadapi pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan juga strategi promosi. Dalam *marketing syariah* Muhammad Syakir Sula ini menerangkan mengenai pemasaran yang berlandaskan al-qur'an dan hadist sesuai dengan karakteristik pemasaran sesuai cara berbisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. sesuai syariah islam.

Pada penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan menggunakan sumber data primer serta data sekunder. Untuk metode penelitian dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Proses menganalisis data menggunakan cara reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa (1) strategi pemasaran yang dilakukan oleh Swalayan Surya Pace adalah dengan memilih menggunakan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan juga strategi promosi. (2) *marketing syariah* dalam perspektif Muhammad Syakir Sula sudah di terapkan pada Swalayan Surya Pacedengan menerapkan 4 karakteristik *marketing syariah* yaitu: *rabbaniyah, akhlakiah, al-waqi'iyah dan insaniyah*. Serta *marketing syariah* yang diterapkan pada Swalayan Surya Pace sesuai dengan syariah islam sesuai dengan yang telah dicontohkan Rasulullah yaitu adanya sifat *Siddiq, Amanah, Fathonah Dan Tabligh*.

ABSTRACT

Titin Mualifah, Advisor to Dr. Ali Samsuri, MEI, and Arif Zunaidi, SHI. MEI: Marketing Strategy in Increasing Sales Turnover from a Sharia Marketing Perspective Muhammad Syakir Sula (Surya Pace convenience store Case Study, Nganjuk Regency, Sharia Economics Study Program, Islamic Economics and Business Faculty, State Islamic Institute (IAIN) Kediri 2022.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales Turnover, Sharia Marketing.*

Marketing is something that is done by business people or entrepreneurs, especially traders to attract consumers, with the aim of increasing the company's turnover or income. The purpose of this study is the first to analyze the marketing strategy applied to Surya Pace Supermarkets in Nganjuk Regency to increase sales turnover and the second to analyze the marketing strategies applied to Surya Pace Supermarkets in Nganjuk Regency to increase sales turnover from Muhammad Syakir Sula's sharia marketing perspective. This study also aims to examine more deeply about marketing strategies and also various problems faced at Surya Pace Supermarkets, Nganjuk Regency. One way that can be done is to implement a marketing strategy which includes product strategies, pricing strategies, distribution strategies, and also promotional strategies. In sharia marketing, Muhammad Syakir Sula explains about marketing based on the Qur'an and hadith in accordance with the characteristics of marketing according to the way of doing business carried out by the Prophet Muhammad SAW. according to Islamic sharia.

This research uses qualitative and uses primary and secondary data sources. research methods in data collection using the methods of observation, interviews, and documentation. The process of analyzing data using data reduction, data presentation, and drawing conclusions

The results of this study show that: (1) the marketing strategy carried out by Surya Pace supermarket is by choosing to use product strategy, price strategy, distribution strategy, and promotion strategy. (2) sharia marketing in Muhammad Syakir Sula's perspective has been applied to Surya Pace supermarkets by applying 4 sharia marketing characteristics, namely: rabbaniyah, morality, al-waqi'iyah, and insaniyah. As well as sharia marketing that is applied to the Surya Pace supermarket in accordance with Islamic sharia in accordance with what the Prophet has exemplified, namely the nature of Siddiq, Amanah, Fathonah, and Tabligh.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT. *Alhamdulillah Wa Syukurillah*, senantiasa penulis panjatkan atas kelimpahan berkah dan kasih sayang yang Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW. yang telah mengubah dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang terang benderang yakni *Ad-Dinul islam wal iman*.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta *support sistem* dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan yang semoga barokah ini, dengan segala kerendahan hati dan juga tidak terlepas dari penuh rasa hormat yang terdalam, penulis mengucapkan banyak terimakasih untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan fikiran maupun tenaga hingga sampai di puncak akhir penyelesaian skripsi ini, khususnya yang sangat saya hormati:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. 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, M.EI, Selaku Kaprodi Ekonomi Syariah, serta seluruh dosen dan juga para karyawan IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh civitas akademika IAIN Kediri atas bimbingan dan pelayanan yang diberikan.
4. Bapak Dr. Ali Samsuri, MEI, dan Bapak Arif Zunaidi, SHI. MEI, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak sekali bimbingan,

saran, arahan, motivasi dan juga terimakasih telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing saya, sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan harapan.

5. Keluarga besar Swalayan Surya Pace, yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
6. Kedua orang tua saya Bapak dan Ibu, Adik serta segenap keluarga, para kerabat yang tidak pernah putus dalam mendoakan saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
7. Sahabat seperjuangan saya ES 2018, yang telah sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi, dan tak lupa seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas seluruh dukungan, masukan, semangat dan pelajaran yang luar biasa saat proses penyusunan skripsi ini.

Atas seluruh *support sistem*, pengalaman, pelajaran, saran, bantuan, semangat, energi positif penulis mengucapkan *jazakumullah khairan katsiran*, semoga Allah SWT. Senantiasa melindungi dan membalas semua kebaikan kalian, semoga menjadi ladang kebaikan dan amal sholeh didunia dan akhirat kelak. Semoga skripsi ini juga dapat bermanfaat untuk penulis pada khususnya dan untuk semua orang terutama bagi pembaca pada umumnya. Allahuma Aamiin.

Kediri, 31 Mei 2022



TITIN MUALIFAH
NIM. 931304018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA BIMBINGAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat penelitian.....	14
E. Telaah pustaka.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Strategi Pemasaran.....	20
1. Strategi.....	20
a. Definisi strategi.....	20
b. Macam–macam strategi perusahaan.....	22
2. Strategi pemasaran.....	22
a. Pengertian strategi pemasaran.....	22
b. Perumusan strategi pemasaran.....	24
c. <i>Marketing Mix</i>	26
B. Omzet Penjualan.....	29
1. Definisi omzet penjualan.....	29
2. Faktor–faktor yang mempengaruhi proses penjualan.....	28
C. <i>Marketing Syariah</i>	30
1. Pengertian <i>Marketing Syariah</i>	30

	2. Manajemen <i>Marketing Syariah</i>	32
	3. Karakteristik <i>Marketing Syariah</i>	32
	4. Prinsip-Prinsip <i>Marketing Syariah</i>	34
	5. Konsep <i>Marketing Syariah</i> Menurut Muhammad Syakir Sula.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
	A. Jenis Atau Pendekatan Penelitian.....	39
	B. Kehadiran Peneliti.....	40
	C. Lokasi Penelitian.....	40
	D. Data Dan Sumber Data.....	41
	E. Metode Pengumpulan Data.....	42
	F. Teknik Analisis Data.....	43
	G. Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV	PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	47
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	47
	1. Sejarah Singkat Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk.....	47
	2. Program Swalayan Surya Pace.....	48
	3. Visi dan Misi Swalayan Surya Pace.....	49
	4. Stuktur Organisasi Swalayan Surya Pace.....	49
	B. Biografi Muhammad Syakir Sula.....	50
	C. Paparan Data.....	52
	D. Temuan Penelitian.....	82
BAB V	PEMBAHASAN	86
	A. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan.....	86
	B. Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif <i>Marketing Syariah</i> Muhammad Syakir Sula.....	92

BAB VI	PENUTUP.....	100
	A. Kesimpulan.....	100
	B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		103
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Swalaya Surya Pace, Alfamart Loceret, dan Indomaret Pace.....	5
Tabel 1.2	Cabang-Cabang Swalayan Surya.....	8
Tabel 1.3	Tingkatan Pencapaian Pendapatan Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk (Tw1 2020–Tw2 2021).....	9
Tabel 1.4	Pengelompokan Produk Pada Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk.....	10
Tabel 4.1	Harga Produk Bahan Pokok Swalayan Surya Pace.....	57
Tabel 4.2	Jam Operasional Swalayan Surya Pace Kabupaten nganjuk.....	66
Tabel 4.3	Tingkatan Pencapaian Pendapatan Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk (Tw1 2020–Tw1 2022).....	67
Tabel 4.4	Harga Produk Setelah Promo Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk.....	49
Gambar 4.2	Promo Diskon.....	58
Gambar 4.3	Promo Murah.....	58
Gambar 4.4	Promo Heboh.....	59
Gambar 4.5	Promo Beauty Fair.....	60
Gambar 4.6	Promo Baby & Kids.....	60
Gambar 4.7	Promo Akhir Bulan.....	61
Gambar 4.8	Promo Awal Bulan.....	61
Gambar 4.9	Promo Kitchen Fair.....	62
Gambar 4.10	Promo Barang 3 Hari Saja.....	63
Gambar 4.11	Promo Home Care.....	63
Gambar 4.12	Grafik Tingkatan Pencapaian Pendapatan Swalayan Surya Pace Kabupaten Nganjuk (Tw1 2020–Tw1 2022).....	68
Gambar 4.13	Dokumentasi <i>Share</i> Promo Karyawan Swalayan Surya Pace.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	MATRIKS WAWANCARA
Lampiran II	MATRIKS HASIL WAWANCARA
Lampiran III	DOKUMENTASI
Lampiran IV	SURAT IZIN PENELITIAN
Lampiran V	DAFTAR KONSULTASI SKRIPSI KE DOSEN PEMBIMBING
Lampiran VI	DAFTAR RIWAYAT HIDUP