STRATEGI PEMASARAN TOSERBA MURAH JAYA DITINJAU DARI *SYARIAH MARKETING*

SKRIPSI

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

Oleh:

NURIL AMALINA
9.313.139.13

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

JURUSAN SYARIAH

SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI

(STAIN) KEDIRI

2017

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN TOSERBA MURAH JAYA DITINJAU DARI *SYARIAH MARKETING*

NURIL AMALINA
NIM: 9.313.139.13

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri pada tanggal

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

   Ahmad Syakur LC, M. EI

   NIP: 19760708 200604 1 004 (.....)

2. Penguji I

   H. Qomaruz Zaman. LC, M. Pd. I

   NIP. 19690714 200112 1 002 (.....)

3. Penguji II

   Nuril Hidayati, S. Fil. M. Hum

   NIP. 19800131 200312 003 (.....)

Kediri, 20 Juni 2017
Ketua STAIN Kediri

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA STAIN KEDIRI

Dr. Nur Chamid, M.M.
NIP. 19680714 199703 1 002

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN TOSERBA MURAH JAYA DITINJAU DARI *SYARIAH MARKETING*

NURIL AMALINA

NIM: 9.313.139.13

Disetujui oleh:

Pembimbing I	**Pembimbing II**
H. Qomaruz Zaman. LC, M. Pd. I	**Nuril Hidayati, S. Fil. M. Hum**
NIP. 19690714 200112 1 002	NIP. 19800131 200312 003

ABSTRAK

NURIL AMALINA, Dosen pembimbing H. QOMARUZ ZAMAN, Lc. M. Pd. I dan NURIL HIDAYATI, S. Fil. M. Hum, " Strategi Pemasaran Toserba Murah Jaya Ditinjau Dari *Syariah Marketing*", Prodi Ekonomi Syariah, Jurusan Syari'ah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri 2017".

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Syariah Marketing*

Pemasaran merupakan sebuah cara pengenalan produk kepada masyarakat guna pencapaian tujuan dari usaha, konsep pemasaran yang baik bukan hanya pencapaian tujuan duniawi semata namun juga dapat menunjang kemaslahatan manusia, hal ini terdapat didalam konsep *syariah marketing*. Toserba Murah Jaya merupakan usaha ritail dalam pemasaranya mengutamakan pelayanan konsumen dan Toserba Murah Jaya selalu memberikan diskon pada barang dagangannya . Dari latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran Toserba Murah Jaya?, 2) Bagaimana strategi pemasaran Toserba Murah Jaya ditinjau dari *syariah marketing* ?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, serta bersifat deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti melakukan wawancara dengan pemilik, pemasar, pengembang dan konsumen toserba Murah Jaya untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di toserba Murah Jaya .Tahap terakhir yang dilakukan adalah pengecekan keabsahan data dengan menggunakan Ketekunan pengamatan dan Triangulasi (*triangulation*) yang di dapatkan dari label harga dan wawancara dengan konsumen.

Hasil penelitian strategi pemasaran yang digunakan pada toserba Murah Jaya menerapkan elemen dari bauran pemasaran yaitu *product, promotion, price* dan *place*. 1) *Product*: barang dagangan yang dijual di toserba Murah Jaya yaitu perabotan rumah tangga 2) *Price*: harga yang ditawarkan di toserba Murah Jaya telah sesuai dengan standart harga pasar. Toserba Murah Jaya juga memberikan dua pilihan sistim pembayaran yaitu hutang dan *cash* pada konsumen yang notabene pedagang 3)Place: distribusi pada toserba Murah Jaya menjual barang dagangannya di toko 4) *Promotion*: promosi yang digunakan di toserba Murah Jaya yaitu promosi diskon dan *personal selling*. Jika ditinjau dari *syariah marketing*, strategi pemasaran yang diterapkan oleh toserba Murah Jaya selayaknya lebih menerapkan nilai-nilai *syariah marketing*, terlebih dari temuan peneliti di toserba Murah Jaya yang meliputi, diskon yang diberikan masih dengan sistim penaikan harga barang dari standar harga pasar, harga dirasa belum sesuai dengan penamaan toserba Murah Jaya yaitu selayaknya harganya murah, dan masih memilah-milah konsumen untuk pelayanan sistim hutang dan akad pesanan.

MOTTO

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

" Dan janganlah kalian merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kalian merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan"

(QS. Al-Syu'ara' [26]: 183)

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Serta Shalawat serta salam kami haturkan kehadirat Baginda Rasulullah SAW yang menjadi utusan-Nya sebagai Nabi Akhir zaman.

Skripsi ini, peneliti persembahkan untuk:

1. *Kedua orang tua tercinta, Bapak "Ridwan Arif" dan Ibu "Ro'atin" yang selalu menjadi penyemangat utama dan tidak pernah bosan-bosannya memberikan kesabarannya untuk mendidik, memberi nasehat dan menyayangi saya hingga detik ini.*
2. *Adiku tercinta yang terus memotivasi dan mendo'akan saya agar tak pernah berputus asa, yaitu Adik M. Nafis Hisyamuddin, senyumu adalah semangatku.*
3. *Kepada saudara-saudaraku tercinta keponakan, paman, bibi, pakde yang selalu menjadi penyemangatku dan keponakan-keponakan kelucuan kalian adalah semangatku.*
4. *Kepada saudara Mohammad Ridlo Iqbal yang telah memberikan dukungan semangat hingga skripsi ini selesai*
5. *Kepada saudari Renita Anggraini yang selalu membimbing di dalam proses ini dan selalu memberikan ilmunya dengan seiklas hati.*
6. *Sahabat-sahabat Raden Said yang selalu memberikan semangat*
7. *Sahabat-sahabat angkatan 2013 program studi Ekonomi Syariah yang memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini kususnya sahabat lailatul fitriya,zulfa mukharomah, Kun zakiyah dan Eva Vera zuliana*

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, Dzat yang telah memberikan dan melimpahkan berbagai nikmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, juga kepada segenap keluarga, para sahabat, serta umat Beliau diakhir zaman ini. Amien.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, peneliti haturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa moril maupun materiil, terutama kepada:

1. Dr. Nur Chamid, M.M., selaku Ketua STAIN Kediri.
2. Dr. Imam Anas Muslihin, M.HI., selaku ketua jurusan Syariah .
3. Ahmad Syakur, Lc. Mi ., selaku ketua prodi Ekonomi Syariah
4. Pembimbing I dan II yaitu H. Qomaruz Zaman, LC, M. Pd. I dan Nuril Hidayati, S. Fil. M. Hum yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang sangat berarti bagi penyusun skripsi ini.
5. Pemilik toserba Murah Jaya yang memberikan izin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

6. Kedua Orang tua tercinta, Bapak “Ridwan Arif” dan Ibu “Ro’atin” yang selalu menjadi semangat dan tidak pernah bosan-bosannya memberikan didikan, nasehat dan menyayangi saya hingga detik ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara rinci yang telah turut memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mudah-mudahan amal kebaikan dan jerih payah mereka mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini karena keterbatasan kemampuan dan referensi yang ada. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis harapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan, agar nantinya skripsi ini lebih bermanfaat sebagaimana mestinya. *Amiin amin yā rabbal ‘ālamiin....*

Kediri, 30 Mei 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PERSETUUAN ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

NOTA DINAS ..... **iv**

NOTA PEMBIMBING ..... **v**

MOTTO ..... **vi**

PERSEMBAHAN ..... **vii**

ABSTRAK ..... **viii**

KATA PENGANTAR ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang masalah 1

B. Fokus Penelitian 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Kegunaan Penelitian 4

E. Telaah Pustaka 5

BAB II LANDASAN TEORI **10**

A. Tinjauan Umum Strategi Pemasaran 10

1. Definisi strategi pemasaran 10

3. Pengertian bauran pemasaran (marketing mix) 11

4. Unsur-unsur atau variabel bauran pemasaran (marketing mix) 11

B. Definisi Toserba 14

C. Tinjauan Umum Syariah Marketing 14

1. Definisi syariah marketing 14

2. Konsep syariah marketing 15

3. Karakteristik syariah marketing 17

4. Nilai-nilai marketing syariah 24

BAB III METODE PENELITIAN 28

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 28

B. Kehadiran penelitian 28

C. Lokasi penelitian 29

D. Sumber data 29

E. Pengumpulan data 30

G. Analisis data 31

H. Pengecekan keabsahan data 33

I. Tahap-tahap penelitian 34

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN 35

A. Gambaran umum Toserba Murah Jaya 35

B. Paparan Data 37

1. Lokasi Toserba Murah Jaya 37

2. Struktur Toserba Murah Jaya 38

3. Prinsip kerja di toserba Murah Jaya 39

4. Jam kerja 39

5. Barang dagangan Toserba Murah Jaya 40

6. Perbandingan harga Toserba Murah Jaya 41

C. Temuan penelitian 43

BAB V PEMBAHASAN 57

A. Strategi Pemasaran Toserba Murah Jaya..... 57

B. Strategi Pemasaran Toserba Murah Jaya Ditinjau Dari

Syari'ah Marketing 62

BAB VI PENUTUP 74

A. Kesimpulan..... 74

B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Izin Riset/Penelitian dari STAIN Kediri

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian di Toserba Murah Jaya

Lampiran 4. Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup