

ANALISIS PERAN KEPATUHAN PADA PRINSIP SYARIAH MARKETING

DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Toko Bogobogo Banjarmlati Kota Kediri)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (SE)



Oleh:

NURUL FITRIANI

9313.119.14

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2018

MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بِالْعِزْمٍ أَمْرِهِ
قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

Artinya: “Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”.

(QS Surah At-Thalaaq: 3)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahi Robbil 'alamin rasa syukur yang tiada henti untuk semua nikmat yang telah Allah SWT berikan dalam kehidupan saya, atas berkah rahmat dan taufikNya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini, dan akan saya persembahkan untuk:

Kepada Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE. MM dan Bapak Amrul Mutaqin, MEI selaku Dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Beliau selalu di jaga oleh Allah dan diberkahi oleh Allah

Kedua orang tua ku Abah Nur Hasani dan Ibu Siti Zulaikah yang selalu menyayangiku hingga sekarang, yang selalu memberikan dukungan dan semangat yang tiada henti. Semoga panjang umur, sehat selalu, murah rejeki dan selalu di jaga oleh Allah SWT dalam keadaan apapun.

Saudara kandung satu-satunya Muhammad Adib Efendi, yang selalu menjaga dan melindungiku di tanah rantau, semoga dilancarkan dalam pendidikan dan karirnya.

Teman yang paling terbaik Zaki Mubarok Zein yang selalu memberikan kebahagiaan, dukungan dan semangat, semoga menjadi Imam yang baik dan selalu di jaga olehNya.

Sahabat-sahabatku tercinta yang selalu ada disetiap keadaan apapun, yang saling mendukung satu sama lain, Fitria Rhoudhotul Janah, Aizarilma Rohmah, Herlinawati, Nina Oktaviani, Eva Viorany. Semoga Allah selalu memberkahi kalian dan tetap menjadi sahabat yang terbaik, dan trimakasih untuk menjadi teman rantauanku selama ini.

Para sahabat-sahabat pejuang SE Jurusan Ekonomi syariah angkatan 2014 IAIN Kediri, semoga ilmu yang didapat menjadi ilmu yang barokah di dunia maupun di akhirat.

Sahabat-sahabat Pondok Pesantren putri An-Nuriyah Ngronggo Kota Kediri semoga kalian selalu bahagia dan mendapat ilmu yang barokah dan terimakasih telah menemaniku selama menuntut ilmu.

ABSTRAK

NURUL FITRIANI, Dosen Pembimbing Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.MM dan Amrul Mutaqin, MEI. Analisis Peran Kepatuhan Pada Prinsip Syariah *Marketing* Dalam Meningkatkan Volume Penjualan, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Kediri, 2018.

Kata Kunci: Pemasaran, Pemasaran Syariah, Penjualan

Pemasaran adalah proses perencanaan konsep, harga, promosi, dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Pemasaran syariah (*Syariah marketing*) adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan toko Bogobogo Banjarmlati Kota Kediri. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif dengan tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Toko Bogobogo memiliki strategi pemasaran yang baik dengan menggunakan media promosi melalui *online* dengan iklan berbayar. Dengan kepatuhannya kepada prinsip syariah *marketing* berperan dalam volume penjualan Bogobogo. Bogobogo mengalami peningkatan penjualan di saat patuh terhadap prinsip syariah *marketing* a) Teistik: menarik konsumen dengan promosi yang jelas terhadap detail produk b) Etis: menarik konsumen dengan menerima desain model sepatu yang diinginkan c) Realistik: memberikan pelayanan yang ramah dan mengikuti model bisnis pada zamannya sehingga membuat konsumen tertarik dan mempermudah konsumen d) Humanistik: memberikan harga yang murah di bawah pasaran sehingga membuat konsumen tertarik untuk menjadi *reseller* dan memberikan hadiah TV dan emas sehingga membuat konsumen berlomba-lomba melakukan pembelian sebanyak-banyaknya. Dan volume penjualan Bogobogo mengalami ketidak stabilan bahkan menurun di saat Bogobogo tidak patuh pada prinsip syariah *marketing* Realistik: menerapkan tidak menerima *return* (pengembalian barang) dengan alasan apapun sehingga membuat konsumen tidak kembali melakukan pembelian di Bogobogo karena merasa kecewa.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, sujud syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang tak pernah terhenti mengaruniai nikmat dan rahmatNya hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa selalu kita sampaikan kepada sang pahlawan revolusioner semua makhluk di seluruh alam semesta ini Nabi akhir zaman Baginda Rasulullah SAW, semoga shalawat ini menjadi cahaya bagi kita semua di akhirat kelak. Amin ya Rabbal Alamin. Skripsi ini mengungkapkan tentang Analisis Peran Kepatuhan pada Prinsip Syariah *Marketing* dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Toko Bogobogo Banjarmlati Kota Kediri.

Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dukungan langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI Selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
3. Bapak Dr. H. Ahmad Syakur, Lc, M. EI selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
4. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Amrul Mutaqin, MEI selaku dosen pembimbing II, yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan pengarahan dan bimbingan hingga terselesaiannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu beserta staf Prodi Ekonomi Syariah dan seluruh civitas akademika IAIN Kediri.

6. Ayahanda tercinta Nur Hasani dan Ibu Siti Zulaikah, terima kasih untuk semua doa dan tenaga yang di berikan demi mencapai kesuksesan dan membantu melangkah menuju masa depan.
7. Pemilik Toko Bogobogo Banjarmlati Kota Kediri beserta segenap karyawannya yang telah memberikan izin penelitian.
8. Teman-teman prodi Ekonomi Syariah angkatan 2014 seperjuangan.

Semoga jasa yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan mendapat balasan yang mulia di sisi Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis mohon maaf jika terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis juga sangat mengharapkan saran dan kritik dari semua pembaca sekalian demi kesempurnaan skripsi ini.

Kediri, 15 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II : LANDASAN TEORI	9
A. Pemasaran	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran.....	11
3. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	15
B. Pemasaran Syariah	16
1. Pengertian Pemasaran Syariah	16
2. Prinsip, karakteristik dan Praktik Pemasaran Nabi Muhammad SAW.....	17
3. Karakteristik Pemasaran Syariah (<i>Marketing Syariah</i>)	19
C. Penjualan.....	29
1. Pengertian Penjualan.....	29
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	30
3. Tujuan Penjualan.....	33
4. Penjualan dalam Islam	34
BAB III: METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37

B.	Kehadiran Peneliti.....	38
C.	Lokasi Penelitian.....	38
D.	Sumber Data.....	39
E.	Pengumpulan Data	39
F.	Analisis Data	42
BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN		44
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
B.	Paparan Data	49
C.	Temuan Penelitian.....	89
BAB V : PEMBAHASAN		93
A.	Analisis Pemasaran Toko Bogobogo dalam Meningkatkan Volume Penjualan	93
B.	Penerapan Kepatuhan pada Prinsip Syariah <i>marketing</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Bogobogo.....	97
1.	Analisis Kepatuhan Pada Prinsip Syariah <i>Marketing</i>	97
2.	Analisis Peran Kepatuhan Pada Prinsip Syariah <i>Marketing</i> dalam Meningkatkan Volume Penjualan	103
BAB VI : PENUTUP.....		108
A.	Kesimpulan	108
B.	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup	I
Lampiran 2. Pedoman Wawancara.....	II
Lampiran 3. Gambar.....	III
Lampiran 4. Daftar Konsultasi	V
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	VII
Lampiran 6. Surat Balasan Dari Instansi	VIII