

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN (STUDI KASUS PADA TOKO BASMALAH
CABANG KOTAANYAR KABUPATEN PROBOLINGGO)**

SKRIPSI

**Oleh:
Ummal Khoiriyah
NIM G74219122**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ILAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN

Saya, Ummal Khoiriyah dengan NIM. G74219122, menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan karya orang lain yang mengatasnamakan saya dan juga bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan dalam mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak terdapat pendapat atau karya orang lain yang telah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama penulis di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku berupa pencabutan gelar yang diperoleh.

Surabaya, 20 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Ummal Khoiriyah

NIM. G74219122

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 19 Juni 2023

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Pembimbing



Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah M.Si

NIP. 198101052015031003

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN (STUDI KASUS PADA TOKO BASMALAH CABANG
KOTAANYAR KABUPATEN PROBOLINGGO)

Oleh:

Ummal Khoiriyah

NIM. G74219122

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 04 Juli 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Semua Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1. Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah M.Si
NIP. 198101052015031003
(Penguji 1)



2. Hj. Nurlailah, SE.,MM
NIP. 196205222000032001
(Penguji 2)



3. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos, MM.
NIP. 197608022009122002
(Penguji 3)



4. Rahma Ulfa Maghfiroh, SE., MM.
NIP. 198612132019032009
(Penguji 4)



Surabaya, 04 Juli 2023

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : UMMAL KHOIRIYAH
NIM : G74219122
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : ummalkhoiriyah15@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Basmalah
Cabang Kotaanyar Kabupaten Probolinggo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 02 September 2024

Penulis



(UMMAL KHOIRIYAH)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Basmalah Cabang Kotaanyar Kabupaten Probolinggo)” ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran syariah. Berdasarkan hal tersebut, terdapat dua permasalahan yang akan menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: pertama, untuk mengetahui strategi pemasaran syariah pada toko basmalah cabang kotaanyar kedua, untuk menganalisis apa yang menjadi kendala dalam mencapai target penjualan pada Toko Basmalah Cabang Kotaanyar.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), metode yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif dan metode yang digunakan pada penelitian ini dalam pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi, yang selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi data.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Basmalah Cabang Kotaanyar yaitu dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran yakni segmentasi, targetting dan positioning serta menggunakan bauran pemasaran 7P yakni: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. 2) Adapun kendala dalam mencapai target penjualan pada Toko basmalah Cabang Kotaanyar, yaitu: 1) cuaca, 2) hari libur sekolah, 3) tempat parkir yang selalu full, 4) banyaknya pesaing sejenis yang terus bermunculan dan 5) kurangnya kegiatan promosi.

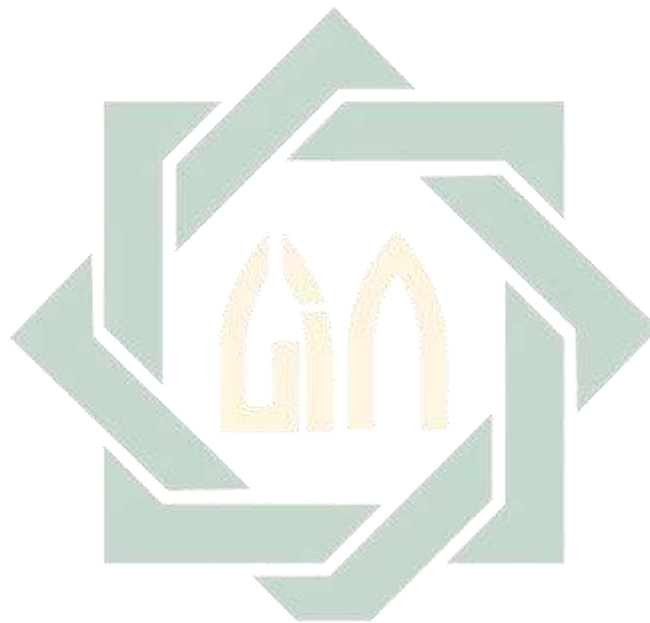
Kata kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Pemasaran Syariah, Toko Basmalah Cabang Kotaanyar.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Strategi Pemasaran	9
2.1.2 Strategi Pemasaran Islami.....	15
2.2 Penelitian Sebelumnya	32
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Tempat dan Lokasi Penelitian	40
3.3 Jenis Dan Sumber Data	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Analisis Data	43
BAB IV.....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambran Objek Penelitian	45
4.1.1 Profil Toko Basmalah	45
4.1.2 Visi dan Misi Toko Basmalah.....	46
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Basmalah Cabang Kotaanyar	46
4.2 Strategi Pemasaran Toko Basmalah Cabang Kotaanyar Dalam Meningkatkan Penjualan.....	48

4.3	Kendala Toko Basmalah Cabang Kotaanyar Dalam Mencapai Target Penjualan.....	56
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, N. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (n.d.). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (1995). *Dasar- Dasar Research*. Tarsoto.
- Arraniri, I. (2014). *Manajemen strategi*.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Drajat, W. N. P., kosim, A. M., & gustiawati, syarifah. (2022). *Strategi Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care: Study Riset di Perusahaan Skincare Muslimah Beauty Care. 4*.
- Eko Agustinova, D. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Calpulis.
- Fahma, R., & Sujianto, A. eko. (2015). *Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Batik Liris Manis Tulungagung. 1*, 14.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika bisnis dalam islam*. Kencana Prenada Media.
- Gymnasiar, A., & Kertajaya, H. (2004). *Berbisnis Dengan Hati*,. Mark Plus & CO.
- Insani, L. M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Toko Basmalah Cabang Purwosari Pasuruan Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*. Universitas Yudharta.
- Kasmir, & Jakfar. (2017). *Studi kelayakan bisnis*. Kencana.
- Kemendagri. (2022). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1993). *Prinsip prinsip pemasaran*. Airlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (3rd ed.). Gelora Aksara Pratama.
- Matondang, M. (2018). *Kepemimpinan Budaya Organisasi dan Manajemen Strategik*. Expert.
- Meiria, E. (2021). *Bauran Pemasaran Islam berbasis Nilai Pelanggan*. Rajawali Pers.

- Munzirin, A. (2009). *Strategi Pemasaran Perspektif Syariah, dalam Jurnal Ekonomi Ideologis*,. 3.
- Najib, A. (2022). *Wawancara Kepada Kepala Toko Basmalah Cabang Kotaanyar* [Personal communication].
- Najib, A. (2023). *Wawancara Kepada Kepala Toko Basmalah Cabang Kotaanyar* [Personal communication].
- Najib, A., & Miftah. (2023). *Wawancara Kepada Kepala Toko & Pramuniaga Basmalah Cabang Kotaanyar* [Personal communication].
- Ningsih, F. A. (2022). *Analisis Swot Strategi Pemasaran Travel Haji Dan Umrah Pasca Dibukanya Akses Haji Dan Umrah Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Ebad Wisata Sidoarjo)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian (Syahrani (Ed.))*. Antasari Press.
- Rivai. (2012). *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, A. (2015). *Manajemen Strategis*. Mitra Wacana Media.
- Sarwono, J. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif (2nd ed.)*. Suluh Media.
- Satriani, D., & Avriana, E. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue menurut Perspektif Ekonomi Islam. 1*.
- Subagyo, R. (2017). *Metode Penelitian Ekonomi islam dan penerapan*. Alim's Publising.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliati, D. (2020). *Analisis Strategi Islamic Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pada Cv. Ombak Visual Multimedia Di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar metodologi penelitian: Pendekatan manajemen pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan (1st ed.)*. Andi.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Startegik: Cara Mudah Meneliti Masalah Masalah Manajemen Strategi Untuk Skripsi, Tesis Dan Praktik Bisnis*. Rajawali Prs.

Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam*. 8.

Yulianto, A. (2011). Membangun Kemitraan Bank Syariah dengan Pendekatan Shariah Marketing. *Jurnal Walisongo*, 19.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A