

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB
(Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro)**

SKRIPSI



OLEH

SEKAR WULAN AMANAH

NPM. 18610073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB

(Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro)

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

SEKAR WULAN AMANAH

NPM. 18610073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

ABSTRAK

Amanah, Sekar Wulan. 2022. *Strategi Pemasaran Syariah Pada Produk Hijab (Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. (2) Nani Septiana, S.E., M.M

Kata kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Karakteristik Pemasaran Syariah, Analisis SWOT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah pada Toko Qolsa sudah menerapkan karakteristik pemasaran syariah atau belum, dan untuk menentukan strategi pemasaran Syariah yang sebaiknya diterapkan pada Toko Qolsa di Kota Metro pada produk hijabnya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian campuran), yaitu perpaduan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti karakteristik pemasaran syariah pada Toko Qolsa, dan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dengan objek Internal dan eksternal dari faktor-faktor agar didapatkan strategi pemasaran yang terbaik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuisioner, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan karakteristik pemasaran syariah dan dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT, bahwa Qolsa Kota Metro telah menerapkan karakteristik pemasaran syariah yang terdiri dari karakter *Rabbaniyah* (Ketuhanan), *Akhlaqiyah* (Etis), *Al-Waqi'iyah* (Realistis), dan *Al-Insaniyah* (Humanitas). Kemudian, pada strategi pemasaran yang dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT oleh penulis, berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal produk hijab pada Toko Qolsa di Kota Metro, diperoleh nilai pada matriks IE (Internal-Eksternal) berada pada posisi kuadran II yang berarti bahwa strategi yang harus diterapkan adalah "strategi tumbuh/*growth*". Strategi yang sebaiknya dilakukan Qolsa adalah melalui konsentrasi integrasi horizontal.

ABSTRACT

Amanah, Sekar Wulan. 2022. Sharia Marketing Strategy in Hijab Products (Case Study at Qolsa Stores in Metro City. An Undergraduate Thesis. Management Study Program, Economics and Business Faculty. Muhammadiyah University of Metro. Advisors (1) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Sc. (2) Nani Septiana, S.E., M.M

Keywords: Islamic Marketing Strategy, Characteristics of Islamic Marketing, SWOT Analysis

The purpose of this study was to determine whether the Qolsa Store has implemented Islamic marketing characteristics or not, and to determine the Islamic marketing strategy that should be applied to the Qolsa Store in Metro City for its hijab products. The type of research used was mixed research), which was a combination of qualitative and quantitative methods. Qualitative methods were used to examine the characteristics of sharia marketing at Qolsa Stores, and quantitative methods were used to analyze marketing strategies using SWOT analysis with internal and external objects of factors in order to obtain the best marketing strategy. Data collection techniques were interviews, questionnaires, observation, and documentation. Based on the results of research using sharia marketing characteristics and further analyzed using SWOT analysis, that Qolsa Metro City has implemented sharia marketing characteristics consisting of Rabbaniyah (Divine) characters, Akhlaqiyah (Ethical), Al-Waqi'iyah (Realistic), and Al-Waqi'iyah (Realistic) characters. Insaniyah (Humanity). Then, in the marketing strategy which was further analyzed using SWOT analysis by the author, based on the results of the analysis of internal and external factors for hijab products at the Qolsa Store in Metro City, the value of the IE matrix (Internal-External) was in quadrant II position which means that the strategy what must be applied was a "growth strategy". The strategy that Qolsa should do was to concentrate on horizontal integration.

RINGKASAN

Amanah, Sekar Wulan. 2022. *Strategi Pemasaraan Syariah Pada Produk Hijab (Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. (2) Nani Septiana, S.E., M.M

Kata kunci: *Strategi Pemasaran Syariah, Karakteristik Pemasaran Syariah, Analisis SWOT*

Allah SWT menciptakan manusia dengan segala keteraturan yang telah tertulis dalam kalam-Nya. Tinggal tugas Manusia sebagai makhluk ciptaan-Nya adalah mengurus bumi dan isinya termasuk dalam urusan perdagangan yang di dalamnya terdapat kegiatan memasarkan barang/jasa. Untuk mempertahankan bisnisnya, pengusaha harus terus berinovasi dan berkreaitivitas agar apa yang ditawarkan baik produk ataupun jasa mampu bersaing dengan bisnis lainnya. Maka, diperlukan stategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan perkembangan pasar agar dapat mencapai tujuan bisnis didirikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah pada Toko Qolsa sudah menerapkan karakteristik pemasaran syariah atau belum, dan untuk menentukan strategi pemasaran Syariah yang sebaiknya diterapkan pada Toko Qolsa di Kota Metro pada produk hijabnya, yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk Toko Qolsa agar dapat membantu dalam memperbaiki tingkat penjualan pada Toko Qolsa di Kota Metro yang masih *fluktuatif*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian campuran (*mixed method*), yaitu perpaduan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti karakteristik pemasaran syariah pada Toko Qolsa apakah sudah diterapkan atau belum, dan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dengan objek Internal dan eksternal dari faktor-faktor agar didapatkan strategi pemasaran yang terbaik. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, kuisisioner, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan karakteristik pemasaran syariah dan dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT, bahwa Qolsa Kota Metro telah menerapkan karakteristik pemasaran syariah yang terdiri dari karakter *Rabbaniyah* (Ketuhanan), *Akhlaqiyah* (Etis), *Al-Waqi'iyah* (Realistis), dan *Al-Insaniyah* (Humanitas). Kemudian, pada strategi pemasaran yang dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis SWOT oleh penulis, berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal produk hijab pada Toko Qolsa di Kota Metro, diperoleh nilai pada matriks IE (Internal-Eksternal) berada pada posisi kuadran II yang berarti bahwa strategi yang harus diterapkan adalah "strategi tumbuh/*growth*". Strategi yang sebaiknya dilakukan Qolsa adalah melalui konsentrasi integrasi horizontal.

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB
(Studi Kasus Pada Toko Qolsa Di Kota Metro)**

**SEKAR WULAN AMANAH
NPM. 18610073**

Telah disetujui untuk diuji oleh:

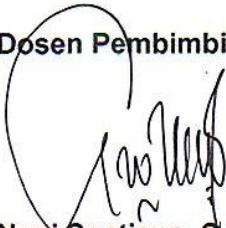
Metro, Agustus 2022

Dosen Pembimbing I



Dr. Bambang Suhada, S.E.,M.Si
NIDN. 132000988

Dosen Pembimbing II



Nani Septiana, S.E.,M.M
NIDN. 220098901

Mengetahui

**Ketua Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro**



Dr. H. FEBRIYANTO, S.E.,M.M
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

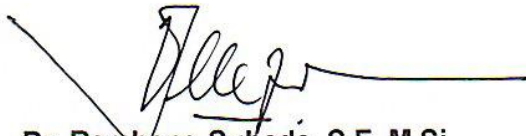
**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB
(Studi Kasus Pada Toko Qolsa Di Kota Metro)**

**SEKAR WULAN AMANAH
NPM. 18610073**

Telah diuji dan dinyatakan lulus pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 06 September 2022
Tempat ujian : Ruang FEB UM Metro

Tim Penguji



Dr. Bambang Suhada, S.E.,M.Si _____, Penguji I
NIDN. 132000988



Nani Septiana, S.E.,M.M _____, Penguji II
NIDN. 220098901



Dr. Afdal Mazni, S.E.,M.M _____, Penguji Utama
NIDN. 0331106101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E.,M.M
NIDN. 0210056801

MOTTO

لَا تَحْزَنُ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

Artinya: “Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

[At Taubah : 40]

Allah memberikan ujian pada setiap makhluk itu berbeda, sama seperti kebahagiaan. Terkadang apa yang kita sebut kebahagiaan belum tentu benar kebahagiaan yang terbaik bagi Allah. Tetap berproses sesuai kemampuan dan menjalani apa yang menjadi ujian, jangan lupa selalu berdo'a pada setiap kegiatan, agar mendapatkan apa yang disebut dengan kebahagiaan

[Sekar Wulan Amanah]

PERSEMBAHAN

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Ibunda Harsini dan Bapak Sutarjo, teristimewa ku persembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta dan tersayang yang telah mendidik, merawat dan menyayangiku dengan penuh kasih sayang yang tidak akan terganti, selalu memberikan dukungan disaat sekar gundah dan gelisah, dan selalu berusaha agar semangatku tak pernah putus, senantiasa memberi keteduhan dalam hidupku dan tidak henti-hentinya selalu memberikan do'a serta dukungan tanpa lelah demi keberhasilan studiku.
2. Habib Alwi bin Ahmad Al-Jufri dan Ibunda, teristimewa kedua kupersembahkan kepada orang tua keduku, yang selalu memberikan nasihat, dukungan dan juga do'a yang tiada henti sehingga sekar bisa sampai pada tahap ini, sekar ucapkan terimakasih yang tak terhingga.
3. Keponakan kecilku tersayang, Zafira Naila Putri yang selalu mengembalikan semangatku dengan kelucuannya, dan keponakanku yang lain, Nur Laila Sari Ramadhani, Arya Habibi dan Afnan Mahismawan.
4. Keluarga besarku tercinta, Saudara kandungku Mbak Dewi Krisna Angga Reni, Mamas Angga Ari Wibowo, Saudara iparku Mbak Solihatun, dan Mas Nanda Mahismawan yang selalu mendoakan kesuksesanku.
5. Bapak Ibu Dosen Pembimbingku, Bapak Dr.H. Bambang Suhada S.E.,M.Si dan Ibu Nani Septiana, S.E.,M.M yang telah bersedia membimbing hingga terselesainya skripsi ini
6. Bapak Ibu Dosen Program Studi Manajemen FEB UM Metro yang telah memberikan ilmu dan juga pembelajaran selama ini.
7. Pondok Pesantren Muhammadiyah At-Tanwir Kota Metro, terimakasih tak terhingga sekar ucapkan karena telah menjadi tempat naungan dalam mencari ilmu agama serta ilmu untuk kehidupan sehari-hari dan juga kepada para Asatidz, Ustadz Sujino, Ustad Hiban Najib Saputra, Ustadz Agung Anshori, Ustadz Rifa'i, Ustadz Faiz Nur Afwan dan kepada Asatidz yang lain yang tak pernah lelah untuk memberikan ilmunya dan juga dukungan agar cepat terselesainya skripsi ini.

8. Temanku, sahabatku, dan adik ku tersayang Septi Nur Hidayati, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan selalu ada untukku sedari kita kenal di Pondok Pesantren Nurul Huda Pringsewu, terimakasih atas kesetiaan dan rasa sayangnya hingga sekarang.
9. Sahabatku diperkuliahkan, Mega Putri Ndaruwati yang selalu mendengarkan curhatku, Avianti Nur Hasanah yang kosannya selalu menjadi tempat berkumpul dan istirahat setelah dari kampus, Siti Handayani yang selalu cuek pada setiap hal, tapi baik secara bersamaan, dan Noni Ariska yang selalu berbagi kisah dalam kehidupan.
10. Teman Muballighahku Pondok Pesantren Muhammadiyah At-tanwir, Nur Mulyani, Silvi Aulia, Vivi Aulia Urohmah, Windi Puspita, Mela Rahmawati, dan Nurul Amalia, terimakasih karena sudah bertahan selama 4 tahun di pondok dan saling memberikan semangat dan dukungan hingga terselesainya skripsi ini.
11. Teman-teman program studi Manajemen UM Metro angkatan 2018, dan terkhususnya teman-teman Manajemen kelas B yang telah bersama berjuang selama perkuliahan
12. Toko Qolsa di Kota Metro, terimakasih kepada Umi Vika Amelia, Mba Tika Meilina, Mba Eka, Mba Evi Oktaviani, Mba Eva Kusmayanti, Mba Rike Alfiani, dan mbak-mbak Karyawan Toko Qolsa yang lain, terimakasih sekar ucapkan atas segala dukungan, sikap ramah, dan momen terbaik ketika sekar melakukan penelitian.
13. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro dan Pondok Pesantren Muhammadiyah At-tanwir Kota Metro.
14. Semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini terselesaikan, memang tidak bisa disebutkan satu persatu, tetapi semoga Allah selalu memberikan keridhoan dalam setiap langkah yang dilakukan.

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB (*Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro*)”. Shalawat serta Salam disampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga mendapatkan syafa’at-Nya di hari akhir nanti.

Penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang Tuaku tercinta, Ayahanda Sutarjo, Ibunda Harsini, dan Habib Alwi bin Ahmad Al-Jufri.
2. Bapak Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Bapak Dr. Bambang Suhada S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Febriyanto S.E. M.M selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Ibu Nani Septiana S.E. M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Prodi Manajemen, yang telah memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis menempuh manajemen.
7. Seluruh rekan-rekan Prodi Manajemen angkatan 2018 yang telah berjuang bersama selama kuliah.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis hanya dapat memohon dan berdoa atas segala bantuan, bimbingan, dukungan, semangat, masukan, dan do’a yang telah diberikan menjadi pintu datangnya Ridho dan Kasih Sayang Allah SWT di dunia dan akhirat. *Aamiin ya Rabbal alamiin.*

Penulis berharap semoga skripsi ini akan membawa manfaat yang sebesar-besarnya, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Penulis

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sekar Wulan Amanah

NPM : 18610073

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK
HIJAB (Studi Kasus Pada Toko Qolsa di Kota Metro).


Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini sebagaimana disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia dikenai sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku.

Metro, September 2022

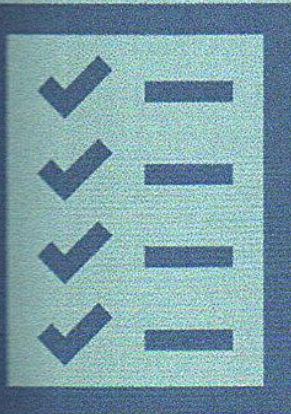
Yang membuat pernyataan,




Sekar Wulan Amanah
NPM. 18610073



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 3110/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : SEKAR WULAN AMANAH
NPM : 18610073
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA PRODUK HIJAB
(STUDI KASUS PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO)**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 12 September 2022

Kepala Unit,

Dr. Anif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Jajar Dewantara No.116
Jl. Jember, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Jawa Tengah, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upii@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKASAN	vi
PERSETUJUAN	vii
PENGESAHAN	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II. KAJIAN LITERATUR	7
A. Manajemen Pemasaran Syariah	7
1. Karakteristik Pemasaran Syariah	18
2. Strategi Pemasaran Syariah	20
3. Analisis SWOT	22
B. Penelitian Relevan	26
C. Kerangka Pikir Penelitian	28
BAB III. METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Tahapan Penelitian	30
1. Teknik Sampling	30
2. Tahapan Penelitian	31
C. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Wawancara	37
2. Kuisisioner atau angket	37
3. Observasi	38
4. Dokumentasi	38

D. Instrumen Penelitian	38
E. Teknik Analisis SWOT	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Perusahaan	40
1. Lokasi Penelitian Tempat Perusahaan.....	44
2. Visi dan Misi Perusahaan	44
3. Struktur Organisasi dan Manajemen Perusahaan	45
B. Hasil Penelitian	48
A. Karakteristik Pemasaran Syariah	48
B. Analisis SWOT	51
C. Pembahasan	64
BAB V. PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data penjualan di Qolsa Kota Metro Bulan April-Desember 2021.....	3
2. Penelitian Relevan	26
3. Matriks SWOT.....	31
4. Matriks SWOT IFAS dan EFAS.....	33
5. Kuisisioner Penelitian	37
6. Daftar Nama Produk dan Harga Produk Hijab Qolsa.....	41
7. Hasil Matriks SWOT Toko Qolsa Pada Produk Hijab	57
8. Hasil Matriks SWOT IFAS.....	59
9. Hasil Matriks SWOT EFAS	60
10. Tabulasi Data Responden Faktor Internal.....	62
11. Tabulasi Data Responden Faktor Eksternal.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian.....	29
2. Matriks IE	34
3. Struktur Organisasi Qolsa Kota Metro.....	45
4. Hasil Matriks IE	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisisioner Penelitian	74
2. Panduan Wawancara Pemilik Qolsa	75
3. Panduan Wawancara Manajer	76
4. Panduan Wawancara Karyawan	77
5. Panduan Wawancara Konsumen	78
6. Identitas Responden	79
7. Logo dan Lokasi Penelitian	82
8. Produk yang Dijual	83
9. Kegiatan Kemanusiaan Qolsa di Kota Metro	84
10. Dokumentasi Wawancara dan Penyebaran Kuisisioner	85