

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KURSI SOFA
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Toko Utama Sofa Kelurahan Bende, Kota Kendari)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari

Oleh :

A. DARWIS
NIM. 13020103047

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KENDARI
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil penelitian dari penyusunan sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Kendari, 26 Muharram 1493 H
16 Oktober 2017

Penulis



A. Darwis

NIM. 13020103047



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


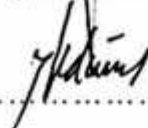


Jln. Sultan Qaimuddin No.17 Telp/Fax (0401) 3193710
Email: febi_iain@yahoo.co.id - Website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :**“Strategi Pemasaran Produk Kursi Sofa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Utama Sofa Kelurahan, Bende Kota Kendari)”** yang disusun oleh saudara **A. Darwis, NIM. 13020103047**, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah diuji dan dipertahankan dalam Sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Senin, 30 Oktober 2017, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (dengan beberapa perbaikan).

Kendari, 30 Oktober 2017

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Wahyudin Maguni, SE, M. Si	()
Sekretaris	: Sodiman, M. Ag.	()
Anggota	: Dr. Husain Insawan, M. Ag	()
Anggota	: Nurjannah, S. Kom, M. Pd	()

Diketahui oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Kendari,



Dra. Beti Mulu, M. Pd. I
NIP. 196312311992032010

ABSTRAK

A. Darwis. NIM 13020103047, “Strategi Pemasaran Produk Kursi Sofa dalam Perspektif Ekonom Islam Studi Pada Toko Utama Sofa Kelurahan Bende, Kota Kendari” dibimbing oleh Dr. Wahyudin Maguni, SE., M.SI dan Sodiman, M. Ag

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan majerial yang dilakukan oleh individu maupun kolompok penelitian ini menyangkut masalah Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sekaligus memberikan jawaban atas rasa penasaran yang peneliti rasakan tentang Strategi Pemasaran di Toko Utama Sofa Kendari serta untuk memberi gambaran dan penjelasan kepada khalayak tentang tinjauan Ekonomi Islam mengenai Strategi Pemasaran itu sendiri.

Adapun Jenis Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif yaitu menggambarkan dan menguraikan suatu permasalahan dengan kata-kata yang tertulis atau tulisan dari orang atau objek yang diamati. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan studi dokumen.

Hasil penelitian ditemukan bahwa Strategi Pemasaran Produk kursi Toko Utama Sofa Kendari adalah dengan cara mengenali konsumen, kemudian perusahaan melakukan promosi seperti pemasangan spanduk, penyebaran brosur serta memanfaatkan media sosial seperti facebook, dan yang lainnya sebagai sarana untuk promosi dan pengenalan produk kepada konsumen agar dapat meningkatkan penjualan. pemilihan lokasi, karena lokasi adalah salah satu faktor penunjang besar untuk banyak mendapatkan pengunjung. Perusahaan juga menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan yang sudah lama menjadi konsumen di perusahaan ini. Perusahaan beranggapan bahwa, pelanggan lama akan memberikan rekomendasi kepada beberapa orang untuk mencoba produk yang ada dalam perusahaan tersebut. Kemudian ditinjau dari perspektif Ekonomi Syariah Mengenai pemasarannya sudah memenuhi persyaratan pemasaran karena adanya transparansi dan tidak adanya paksaan kepada para konsumen karena konsumen berbelanja sesuai kualitas dan kebutuhannya saja. Sementara ditinjau dari strategi-strategi dalam memasarkan produknya yang diterapkan telah sesuai dengan syariah karena telah memenuhi syarat jual beli dalam islam yakni diantaranya jujur dalam melakukan jual beli, adil dalam melakukan penjualan produk seperti tidak membedakan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, bersikap melayani dengan rendah hati.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ
عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah swt; yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap dipanjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW; yang telah membawa Islam sebagai rahmatan lil'alam, beserta keluarga-Nya, para sahabat-Nya, para tabiin-tabi'at-Nya, dan semoga sampai kepada kita semua selaku ummat-Nya mendapatkan syafaat dari-Nya, Aamin.

Penulisan tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari. Kebahagiaan yang tak ternilai bagi penulis secara pribadi adalah dapat mempersembahkan yang terbaik kepada kedua orang tua tercinta ayahanda A. Sanneng dan ibunda Naisya yang telah membantu baik moril maupun materil dengan iringan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan, maka sepantasnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

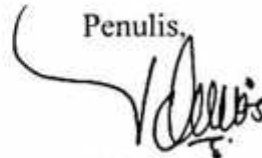
1. Bapak Dr. H. Nur Alim, M.Pd selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi peneliti.
2. Kepada Ibu Beti Mulu, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan seluruh jajarannya yang telah memberikan dukungan serta kebijakan dalam penyelesaian studi peneliti.
3. Kepada Bapak Dr. Wahyudin Maguni, SE. M. Si dan Sodiman, M. Ag. sebagai dosen pembimbing 1 dan II yang telah sabar dan tak pernah lelah dalam memberikan bimbingan serta dukungan dalam penyusunan skripsi peneliti dari awal sampai akhir.
4. Bapak Dr. Husain Insawan, M.Ag. selaku Penguji I dan Ibu Nurjannah, S.Kom., M.Pd, selaku Penguji II yang telah memberikan petunjuk ataupun bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dari semester awal sampai akhir dalam studi peneliti.
6. Kepada Bapak Yusri selaku Pimpinan Toko Utama Sofa Kendari di Jl. H. Patoro 1 yang telah memberikan izin serta bantuan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi peneliti.
7. Kepada masyarakat, Konsumen, Pelanggan dan Karyawan yang telah bersedia untuk menjadi informan peneliti dalam penyusunan Skripsi ini sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Kepada Saudariku, A. Aminah dan A. Suanti yang tak pernah lelah memberikan arahan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Kepada sahabat-sahabatku Junaedi Salam, Ridwan, Ibrahim, Adam Malik dan teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 yang tidak sempat penulis sebutkan namanya karena telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu yang telah membantu kelancaran tugas akhir ini.

Semoga semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah swt. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan kritik maupun saran demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun orang-orang yang membacanya. Amin.

Kendari, 26 Muharram 1439 H
16 Oktober 2017

Penulis,



A. Darwis

NIM. 13020103047

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1-9
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Definisi Operasional	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10-34
A. Kajian Relevan	10
B. Kerangka Teori	13
1. Strategi Pemasaran Produk	13
a. Pengertian Strategi	13
b. Pengertian Pemasaran	14
c. Pengertian Strategi Pemasaran	15
d. Jenis-Jenis Pemasaran	16
e. Bauran Pemasaran	19
f. Rencana Strategi Pemasaran	22
g. Fungsi Strategi Pemasaran	23
h. Tujuan Pemasaran	24
2. Pemasaran dalam Perspektif Islam	26
a. Pengertian Pemasaran dalam Perspektif Islam	26
b. Etika Pemasaran dalam Islam	27
c. Karakteristik Pemasaran Islam	31

BAB III METODE PENELITIAN	35-41
A. Jenis Penelitian	34
B. Waktu dan Tempat Penelitian	34
C. Sumber Data	35
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Teknik Analisa Data	38
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	42-61
A. Gambaran umum hasil penelitian.....	42
1. Profil Toko Utama Sofa Kendari.....	42
a. Sejarah Berdirinya Toko Utama Sofa Kendari	42
b. Visi dan Misi Toko Utama Sofa Kendari	44
c. Struktur Organisasi Toko Utama Sofa Kendari	45
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	51
1. Strategi Pemasaran Produk Kursi pada Toko Utama Sofa Kendari.....	51
2. Strategi Pemasaran Produk Kursi pada Toko Utama Sofa dalam Perspektif Ekonomi Islam	57
BAB V PENUTUP.....	62-63
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	vii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	viii