UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat di pungkiri oleh siapapun yang dapat berpikir jernih dan logis, bahwa islam merupakan suatu sistem hidup, suatu pedoman hidup (*way of life*). Sebagai suatu pedoman hidup, ajaran islam terdiri atas aturan-aturan mencakup keseluruhan sisi kehidupan manusia. Secara garis besar, aturan-aturan tersebut dapat dibagi dalam tiga bagian yaitu aqidah, akhlak dan syariah. Dua bagian pertama aqidah dan akhlak bersifat konstan sedangkan syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kehidupan manusia.

Sesuai dengan skema Zarqa, syariah terdiri atas bidang muamalah dan bidang ibadah. Ibadah merupakan sarana manusia untuk berhubungan dengan Sang penciptanya (*hablum minallah*) sedangkan muamalah digunakan sebagai aturan main manusia dalam berhubungan dengan sesamanya (*hablum minannass*). Muamalah inilah yang menjadi obyek paling luas yang harus digali manusia dari masa kemasa, karena seiring perkembangan kebutuhan hidup manusia akan senantiasa berubah.[1]

Muamalah tidak membedakan seorang muslim dan non muslim. Inilah salah satu hal yang menunjukan sifat universalitas ajaran islam. Hal ini dimungkinkan karena islam mengenal hal yang diistilahkan sebagai *tsabit wa*

[1] Eko suprayitno, *ekonomi islam pendekatan ekonomi makro dan konvensional*, (yogyakarta: graha ilmu,2005), h. 1.

*mutaghaiyyarat.* Jadi, variabel atau suatu proses kegiatan yang dilakuakan oleh seorang muslim harus berdasarkan prinsip-prinsip ajaran islam. Kegiatan akan dikatakan illegal apabila menyalahi prinsip-prinsip yang melandasinya yang tersurat dan tersirat tercantum dalam dua sumber hukum utama ajaran islam, yaitu Al-Quran dan Al-Hadist.

Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang berarti mengurusi semua hal dalam hidup manusia. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat. Islam menghalalkan umatnya berniaga , bahkan Rasulullah adalah seorang saudagar yang sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang yang jujur. Rasulullah telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho.[2] Sebagaimana Allah SWT berfirman:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa (4):(29)*[3]

Dalam konsep Islam bahwa bisnis termasuk kegiatan mu'amalah, kegiatan yang berhubungan dengan sesama manusia, Aktivitas hamba Allah dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam

[2] https://akmalaziz.wordpress.com/*Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, (Di akses pada tanggal 30/07/2017.

[3] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*,( Semarang: PT. Karya Toha Putra. 2002) h. 83.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dalam amal dan ibadah sosial. Allah menjanjikan kepada hambanya agar melaksanakan ketiga tugas ibadah itu dengan penuh iklas.[4] Hal inilah yang mendorong manusia berusaha untuk benar-benar menjadikan Allah satu-satunya kekuatan yang berkuasa.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroprasi untuk mencapai tujuannya". Strategi pemasaran tidak hanya diperuntukan bagi usaha bersekala besar saja. Usaha kecil juga membutuhkan strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya, karena seringkali pada saat kondisi kritis justru usaha kecil lah yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Menurut W.Y Stanton pemasaran adalah suatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.[5]

Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalankannya. Salah satunya adalah usaha konveksi. Seperti yang diketahui konveksi merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang fashion.

[4] Hasan Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 3.
[5] Agus hermawan , *Komunikasi Pemasaran*,(Jakarta:Erlangga,2012). h. 33.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Produk-produk yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan yang menjadi pelanggan setia bagi perusahaan.

Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas dibidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

Permasalahan pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya persaingan dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggungjawab besar yang harus dimenangkan jika ingin tetap eksis di dalam persaingan itu. Persaingan yang semakin ketat dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Konveksi merupakan bisnis yang menjanjikan. Semua orang pasti butuh pakaian dan sifat dari konveksi tersebut selalu ada perubahan dari waktu ke waktu. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Dalam rangka inilah, maka setiap perusahaan selalu menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Pentingnya pemasaran dilangkukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu kewaktu semangkin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.[6]

*Marketing Mix* (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam marketing mix itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dan elemen yang lain. Dalam praktiknya, konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa di perlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang. Bauran pemasaran sebagai "perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *Product* (produk), *Price*(harga), *Palce*(tempat), *Promotion* (promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran[7].

Dalam sepiritual marketing, pesaing bukanlah di anggap sebagai musuh, justru dalam spiritual marketing marketing menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Persaingan adalah hal yang baik karena akan turut membesarkan pasar. Karena itu, dalam sepiritual marketing pesaing akan lebih ditempatkan sebagai mitra ketimbang sebagai musuh yang harus dihancurkan. Speiritual marketing bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat. Spiritual marketing adalah puncak dari marketing itu

[6] Kasmir, *Pemasaran Bank*.(Jakarta:Prenada Media Group.2008), h. 51.
[7] Kasmir,*Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Pranada media group,2005), h. 106.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sendiri, sepiritual marketing merupakan jiwa dari bisnis.[8] Allah SWT berfirman:

وَلِكُلٍّ وِجۡهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَاۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ أَيۡنَ مَا تَكُونُواْ يَأۡتِ بِكُمُ ٱللَّهُ جَمِيعًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٖ قَدِيرٞ ١٤٨

Artinya:"*Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu" (QS.Al-Baqarah (2):(148)*[9].

Banyaknya perusahaan konveksi yang bermunculan di pekanbaru menimbulkan banyak persaingan bisnis yang sangat ketat dalam menjaring konsumen dan mendorong konveksi erbog sportwear dan clothing dalam menarik konsumen agar konsumen tidak hanya berkunjung, namun juga mengambil keputusan untuk membeli, bahkan kalu bisa mendorong konsumennya supaya membeli diwaktu yang akan datang.

Erbog sportwear dan Clothing yang berada di jalan Kinibalu No. 1,Sail, Pekanbaru. Erbog sportwear dan Clothing merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion olahraga, kaos, jaket dan lain-lain. Usaha Erbog Sportwear dan Clothing sudah melakukan strategi pemasaran dengan cara menyebar brosur, branding, proposal, dan sosmed.

Erbog sportwear dan clothing menjual produk-produk yang dapat di desain dengan keinginan konsumen sendiri, sehingga pemakai dapat tampil

[8]M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.(Bandung:Al Fabeta,2012) h. 14.

[9]Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 23.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

beda dibandingkan orang lain. Erbog sportwear menyediakan produk- produk yang berkualitas dan juga memberikan pelayan yang maksimal.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada pimpinan konveksi erbog sportwear dan clothing bapak reyhan sudah melakukan penerapan strategi bauran pemasaran dengan baik yaitu dengan cara memberikan promo-promo yang menarik kepada konsumen dan juga sudah memberikan harga yang terjangkau dengan produk yang berkualitas , bapak reyhan mengeluhkan adanya penurunan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha konveksi sportwear dan clothing. Berikut adalah data penjualan yang diperoleh dari data 3 tahun terakhir penjualan produk Erbog Sportwear dan clothing:[10]

**TABEL I.1**
**Data Penjualan Erbog Sportwear dan Clothing (Dalam Rupiah)**

| NO | TAHUN | PENJUALAN |
|---|---|---|
| 1 | 2014 | Rp 800.695.000 |
| 2 | 2015 | Rp 684.640.000 |
| 3 | 2016 | Rp 629.210.000 |

*Sumber: Erbog sportwear dan clothing*

Data penjualan Erbog sportwear dan Clothing dari tahun ketahun, pada tahun 2014 penjualan erbog sportwear dan clothing sebesar Rp.800.695.000, pada tahun 2015 penjualan erbog sportwear dan clothing mengalami penurunan Rp. 684.640.000 dan pada tahun 2016 penjualan erbog sportwear dan clothing mengalami penurunan sebesar Rp. 629.210.000.

[10]Bapak Reyhan Muqtashid, (Pimpinan Usaha Erbog Sportwear dan Clothing), *Wawancara*, Pekanbaru 10 Mei 2017, jam 13.45.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Usaha 26 store sportwear dan clothing berada dijalan S.Parman,Sail, pekanbaru. 26 store merupakan usaha yang bergerak dibidang yang sama dengan erbog sportwear yang sama-sama bergerak dibidang fashion olahraga, jaket, sepatu dan lain-lain. Usaha 26 store sportwear dan clothing melakukan strategi pemasarannya hanya dengan media sosial saja, tetapi tingkat penjualannya semakin meningkat dibandingkan dengan erbog sportwear dan clothing yang sedang mengalami penurunan penjualannya, Berikut dapat dilihat dari data penjualan yang di peroleh dari 3 tahun terakhir 26 store sportwear dan clothing.[11]

**Tabel I.2**
**Data Penjualan 26 Store Sportwear dan Clothing**
**(Dalam Rupiah)**

| NO | TAHUN | PENJUALAN |
|---|---|---|
| 1 | 2014 | Rp 581.930.000 |
| 2 | 2015 | Rp 818.400.000 |
| 3 | 2016 | Rp 1.091.840.000 |

*Sumber: 26 Store Sportwear dan Clothing*

Data penjualan 26 store sportwear dan Clothing dari tahun ketahun, pada tahun 2014 penjualan erbog sportwear dan clothing sebesar Rp. 581.930.000, pada tahun 2015 penjualan erbog sportwear dan clothing mengalami kenaikan sebesar Rp. 818.400.000 dan pada tahun 2016 penjualan erbog sportwear dan clothing mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.091.840.000.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul: **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BARANG-BARANG KONVEKSI DALAM**

[11]Bapak Yogi Dwi Putra, (Pimpinan Usaha 26 Store Sportwear dan Clothing), *Wawancara*, Pekanbaru 10 juli 2017, jam 10:45.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Di Toko Erbog Serta Toko 26 Store).**

## B. Batasan Masalah

Agar Penelitian ini lebih terarah, maka perlu diadakan pembatasan yang akan diteliti. Penelitian ini difokuskan pada penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan ditintau menurut perspektif ekonomi Islam.

## C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang agar terarahnya penelitian ini maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada toko erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada toko erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan?

## D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran barang-barang konveksi pada usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan.
   b. Untuk mengetahui tinjauan aspek ekonomi islam terhadap penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2. Kegunaan penelitian

a. Sebagai media informasi di kalangan masyarakat pada umumnya tentang bagaimana penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan.

b. Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya baik bagi penulis dan pembaca sekalian.

c. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program S1 Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.

## E. Metode Penelitian

Penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian lapangan, untuk lebih jelasnya di uraikan sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua tempat, pertama ditoko erbog spotwear dan clothing jalan kinibalu No.1, Sail, Pekanbaru. Kedua di toko 26 store sportwear dan clothing jalan S.Parman, Sail, pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha erbog dan 26 store beserta karyawannya. Sedangkan objeknya adalah penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang akan diteliti, populasi sebagai kumpulan atau agresi dari seluruh elemen dari individu yang

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Erbog dan 26 store yang bersangkutan yang berjumlah 94 orang yaitu pada toko Erbog 34 orang konsumen rata-rata setiap bulannya dan di toko 26 Store 60 orang konsumen rata-rata setiap bulannya. Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya. Pada penelitian ini pengambilan besar sampel yaitu 5% dari populasi.[12]

Rumus slovin

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

= 94/(1+94.5%$^2$)

= 94/(1+0,235 )

= 94/(1,235)

= 76.11

=76

Jadi sampel yang digunakan adalah sebanyak 76 orang dari populasi yang ada. Dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak, dimana setiap populasi mempunyai kesempatan untuk dijadikan sampel.[13]

[12] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah)*, (Jakarta: Kencana,2010). h. 158.

[13] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 118.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Sumber data

a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pimpinan dan karyawan Erbog dan 26 Store serta masyarakat yang menjadi konsumen erbog dan 26 Store.

b. Data sekunder yaitu data diperoleh dari buku-buku dan dokumen yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Observasi yaitu memperoleh data dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti. Tujuannya adalah untuk lebih mengetahui keadaan sesungguhnya dilapangan.

b. Wawancara yaitu tekhnik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden dengan mencatat atau merekam.[14] Wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka dimana informan tidak merasa dirinya tidak sedang diwawancarai, sehingga informasi yang didapat benar-benar murni tanpa rekayasa.

c. Angket yaitu tekhnik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.[15] Angket disebarkan kepada para konsumen toko Erbog dan 26 Store.

d. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data dokumen yang ada kaitannya dengan erbog di Jalan Kinibalu dan 26 store di Jalan S.parman Pekanbaru.

[14] Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia,2011), h.173.
[15] Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), h.177

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Metode Penulisan

a. Deduktif, yaitu penulis mengemukakan kaidah-kaidah atau pendapat-pendapat bersifat umum kemudian diambil kesimpulan secara khusus.

b. Induktif, yaitu pengumpulan data-data khusus dan kemudian dianalisis dan diuraikan secara umum.

c. Deskriptif, yaitu menganalisa data yang diperoleh berdasarkan kenyataan dan menghubungkan dengan teori terkait.

7. Teknik analisis data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu cara penulisan dan pengumpulan data, mengklasifikasikan serta menguraikan data sedemikian rupa yang berhubungan dengan teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas untuk mengambil suatu kesimpulan. Selanjutnya diolah dengan menggunakan rumus:[16]

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan: f = Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N= *Number Of Cases* (jumlah frekuensi/banyaknya individu)

p = Angka persentase

Kemudian data tersebut akan dijelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tegambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhir dari masalah yang diteliti. Dalam menentukan kriteria penelitian tentang hasil penelitian dikelompokkan atas 5 kriteria penilaian yakni sebagai berikut :

[16] Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo,2009), h.43

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

a. Sangat kuat, dengan kategori 81% -100%

b. Kuat, dengan kategori 61% - 80%

c. Cukup, dengan kategori 41% - 60%

d. Lemah, dengan kategori 21% - 40%

e. Sangat lemah, dengan kategori 0% - 20%[17]

## F. Sistematika Penulisan

Untuk terarahnya dan memudahkan dalam memahami tulisan ini, maka penulisan laporan akhir ini penulis bagi dalam lima bab dan setiap bab terdiri dari beberapa bagian penulisan sebagai berikut:

**BAB I** : Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II** : Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum Erbog dan 26 store mulai dari sejarah berdirinya, Visi dan Misi, dan struktur organisasi.

**BAB III** : Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang meliputi: pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, dasar hukum strategi pemasaran, strategi pemasaran dalam Islam dan penjualan.

**BAB IV** : Dalam bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran usaha erbog dan 26 store dalam meningkatkan

[17] Rachmat Kriyantono, *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta:Kencana,2006), h.140

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penjualan, dan tinjauan ekonomi Islam tentang penerapan strategi pemasaran erbog dan 26 store.

**BAB V** : Kesimpulan dan Saran.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.