

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama yang bersifat universal dan komprehensif. Universal berarti bahwa Islam diperuntukan bagi seluruh umat manusia dimuka bumi dan dapat diterapkan dalam setia waktu dan tempat sampai akhir zaman. Sedangkan komprehensif artinya, bahwa Islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna. Kesempurnaan ajaran agama Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak saja dalam aspek spritual, tetapi juga aspek muamalah yang meliputi ekonomi, sosial, politik, hukum, dan sebagainya. Hal ini sebagai mana yang dijelaskan dalam firman Allah SWT :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam secara keseluruhannya, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.

(QS. Al-Baqorah (2): 208).¹

Islam sendiri tidak melarang umatnya untuk mencari rejeki dengan jalan apapun asal sesuai dengan ajaran Islam yang halal lagi baik. Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah SAW seorang saudagar sangat terpendang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedangan jujur. Syekh Abdul Aziz bin Fathi As-Sayyid berkata “Sepanjang

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Syamil Quran, 2011), h. 32

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.

perjalanan sejarah, kaum muslim merupakan simbol sebuah amanah dan dibidang perdagangan, mereka berjalan diatas adab Islamiah,”Rasullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika ke Islaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan batil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho.² Sebagai mana firman Allah SWT.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Artinya: ”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan dengan jalan suka sama suka diantara 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 dalam amal dan ibadah sosial. Allah menjanjikan kepada hambanya agar melaksanakan ketiga tugas ibadah itu dengan penuh ikhlas.⁴ Hal inilah yang mendorong manusia berusaha untuk benar-benar menjadikan Allah satu-satunya kekuatan yang berkuasa.⁵ Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri secara individual. Ia memerlukan bantuan individu lainnya dalam upaya memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Untuk

²[http://MajalahPengusahaMuslim.com/Pemasaran dalam Prespektif Islam](http://MajalahPengusahaMuslim.com/Pemasaran_dalam_Prespektif_Islam). (diakses pada tanggal 15/10/2016)

³Departemen Agama RI, *Op.Cit*, h. 83

⁴Hasan Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).h. 3

⁵*Ibid*. h. 1

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.

itu manusia bergabung dengan manusia lainnya baik secara formal (terorganisir) maupun nonformal (tidak terorganisasikan), merka berkomunikasi antara satu sama lainnya di dalam memenuhi kebutuhannya, di sinilah kemudian terjadi transaksi atau pertukaran barang dan jasa, dari sini pula sejarah bisnis dimulai.⁶

Dalam dunia bisnis tidak terlepas dari yang namanya promosi, hal ini tentu akan dilakukan oleh siapa saja yang berbisnis agar apa yang mereka tawarkan dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen dan masyarakat luas. Promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk (untuk mendapatkan lebih dari sekedar yang ada dari nilai produk).⁷

Produsen dituntut untuk lebih cerdas dan kreatif lagi dalam mengembangkan produk. Hal ini tentunya sangat penting agar konsumen tidak lari. Menciptakan kesan yang unik dan menarik dari produk yang kita tawarkan tentunya akan memberikan kesan yang baik kepada konsumen. Kesan dan image produsen yang baik dimata konsumen akan memberikan nilai tambah bagi produk yang ditawarkan. Itulah kenapa persepsi atau pandangan yang baik harus terus diciptakan dibenak konsumen.

Pemahaman terhadap persepsi sangatlah penting dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Jika konsumen mempersepsikan bahwa produk kita memiliki keunggulan yang berbeda dengan produk lain dan

⁶ *Ibid*, h. 24

⁷Hermawan Agus, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 126

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keunggulan itu sangat berarti, maka mereka akan memilihnya.⁸ Upaya yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan barang diawali dengan upaya pencarian informasi apakah itu melalui internet, tetangga, atau menanyakan langsung kepada penjual.⁹

Keberhasilan suatu perusahaan (usaha) berdasarkan keahlian dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan sebagai bagian dari upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.¹⁰ Terdapat empat indikator penting dalam pemasaran, yaitu (1) berkaitan dengan produk, (2) berkaitan dengan harga, (3) berkaitan dengan tempat dan (4) berkaitan dengan informasi.¹¹

Untuk mencapai tujuan pemasaran, maka komponen bauran pemasaran harus saling mendukung satu dengan yang lainnya, atau dengan kata lain manajemen harus berusaha agar komponen-komponen bauran dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Jadi dengan bauran pemasaran itu akan dapat ditentukan tingkat keberhasilan pemasaran yg diikuti oleh kepuasan konsumen. Dalam konsep Islam juga menekankan pentingnya memperhatikan keempat indikator tersebut, yaitu :

⁸Syaferudin , *Relationship Marketing*, (Jakarta: Gremedia Pustaka, 2003), h. 141

⁹Feri, *Bisnis Toko Online Dong*, (Jakarta: Penerbit Andi, 2012), h. 76

¹⁰Al arif nur rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012),

h. 14

¹¹Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran (Dalam Konsep dan Strategi)*, (Jakarta:Raja Grafindo, 2002), h. 140

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.

Pertama, konsep Produk dalam pemasaran Islami yaitu harus menjelaskan dengan baik kepada pembeli akan kelebihan dan kekurangan dari produk yang kita jual.¹² Apapun jenis bisnis yang kita jalankan, tujuannya adalah agar terjadi transaksi jangka panjang dan itu bisa terjadi apa bila kita mampu menciptakan loyalitas pelanggan (terhadap produk, merek, toko) dan itu dapat dibentuk dari kualitas, nilai dan pelayanan yang mereka rasakan, caranya antara lain: brand, keistimewaan, jujur, manfaat, kemasan, pelayanan.¹³

Kedua, strategi harga yang digunakan oleh nabi muhammad SAW berdasarkan prinsip suka sama suka. Strategi harga yang digunakan nabi muhammad SAW yang lain adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa kepasar serta tidak berbohong.¹⁴ “Sempurnakan takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugi (QS. Asy-Syu’araa’: 181). Maknanya tidak saja dari kesesuaian harga (pengorbanan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen) dengan fisik produk, tetapi jauh lebih dari itu adalah value produk (kualitas) sebagai bahan bagi konsumen dalam memperbandingkan antara nilai produk dan harganya (biaya), sekiranya konsumen merasakan nilai produk lebih tinggi dibandingkan dengan harganya mereka akan puas, sebaliknya jika nilai

¹²Thorik Gunara dan Utus Hardiono, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Madania Prima, 2007). h. 58

¹³Hasan Ali, *Op.Cit.* h. 168

¹⁴Suyanto, *Muhammad Business Strategy dan Ethics*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2008), h. 267

Hak Cipta Diindungi 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.

produk yang mereka rasakan lebih rendah, mereka kecewa, artinya marketer telah berbuat merugikan konsumen.¹⁵

Ketiga, strategi tempat. Nabi Muhammad SAW menganjurkan untuk berjual beli dipasar. Dari Abdullah bin Umar RA, Rasulullah SAW, bersabda: “Janganlah kamu menjual menyangi harga jual orang lain, dan janganlah kamu menyongsong membeli barang dagangan sebelum dibawa kepasar.” (Bukhari).¹⁶

Keempat, konsep promosi Islami pada dasarnya adalah dakwah yaitu menjual dan mempromosikan nilai Islam yang kita yakini kebenarannya. Dan penjual dilarang melakukan sumpah palsu dan tidak boleh mengatakan bahwa modal barang ini mahal jadi harganya tinggi dan sudah banyak orang yang sudah membeli produk ini, tapi kenyataannya tidak. Praktik ini sangat dilarang oleh Nabi Muhammad SAW.¹⁷ Dan menipu atau berbohong untuk meningkatkan transaksi, sebagai mana dalam hadis “Sumpah yang diucapkan untuk melariskan perniagaan barang dagangan, ia menghapuskan keberkatan dalam keuntungannya (HR. Bukhari dan Muslim).¹⁸

Secara umum, strategi pemasaran dalam perspektif Islam tidaklah merupakan suatu tindakan yang dilarang. Karna pada prinsipnya, strategi pemasaran merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam meluaskan target pasar, memperoleh dan meningkatkan keuntungan (profit) yang ingin diraih.

¹⁵Hasan Ali, *Op.Cit.* h. 158

¹⁶Suyanto, *Op.Cit.* h. 271

¹⁷Thorik Gunara dan Utus Hardiono, *Op.Cit.* h. 59

¹⁸Hasan Ali, *Op.Cit.* h. 165

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.

Untuk itu selama strategi pemasaran yang dilakukan tidak bertentangan dengan nash-nash syara', maka hal itu diperbolehkan, begitu sebaliknya.

Selanjutnya terkait dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh sebuah industri bisnis, di Pekanbaru Kelurahan Simpang Baru Panam tepatnya di Jalan Garuda Sakti km 1 terdapat sebuah tempat usaha kaos yang menjual kaos khas yang bercirikan melayu Riau yang diberi nama PlatBM.¹⁹ Dari namanya sudah dapat diketahui bahwa PlatBM merupakan kode plat kendaraan bermotor untuk wilayah Riau. Kaos PlatBM ini merupakan kaos yang identik dengan nuansa Melayu Riau.²⁰

Dari pengamatan yang dilakukan produk kaos PlatBM ini memasarkan produknya dengan cara yang berbeda, seperti halnya produk, dengan menyatukan produk lama dengan produk baru dan mengatakan bahwa semua produk keluaran terbaru, nyaman di gunakan dan memiliki Kualitas yang tinggi dibanding dengan produk lainnya, dan mudah didapatkan. Dan melakukan promosi yang menyatakan menjual/menyediakan semua kaos khas edisi khusus pada setiap daerah di Provinsi Riau, namun nyatanya tidak demikian. Dengan alasan untuk memenangkan persaingan, penipuan dan kebiasaan berbohong dan bercampur sumpah dijadikan senjata untuk menyakinkan pembeli, pada hal semua itu perbuatan dosa yang jelas-jelas dilarang oleh Islam.²¹

Di samping itu, dari empat indikator yang terdapat dalam strategi pemasaran yang disebutkan diatas, dimana keempat indikator tersebut

¹⁹Observasi yang peneliti lakukan terhadap pemasaran produk PlatBM, 9 Februari 2017.

²⁰Raihan, Pemilik Toko PlatBM, *Wawancara*, Tanggal 13 Februari 2017.

²¹Hasan Ali, *Op.Cit.* h. 161

merupakan faktor dominan yang menentukan sebuah bisnis dapat bertahan dan mampu bersaing dengan bisnis lainnya yang sejenis. Sehingga, apabila terdapat salah satu indikator yang diabaikan hal ini tentunya akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu usaha atau bisnis.

Akan tetapi, dari hasil pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan, dimana produk kaos PlatBM ini kurang maksimal dalam melaksanakan salah satu dari keempat indikator yang ada dalam strategi pemasaran. Meskipun demikian, produk kaos PlatBM yang berciri khasan melayu Riau ini tetap bertahan dengan begitu banyaknya persaingan dari bisnis yang sejenis yang bermunculan dan tetap diminati oleh konsumen. Dari hasil wawancara penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa produk kaos PlatBM sudah meluas dan peminatnya bukan saja dari dalam kota bahkan sampai keluar kota. Dengan demikian kehadiran kaos PlatBM ini mengundang minat konsumen untuk memilikinya terutama wisatawan yang datang berkunjung ke Pekanbaru.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul : **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KAOS PLATBM JALAN GARUDA SAKTI KM 1 PEKANBARU DI TINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang diteliti serta terbatasnya kemampuan waktu dan dana yang tersedia, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada **“Strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti km 1 Pekanbaru di tinjau menurut ekonomi Islam”**

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.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang akan dikaji, berikut akan dikemukakan tujuan dari penelitian :

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui analisis ekonomi Islam tentang strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa kegunaan antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program Strate satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Diindungi 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 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.

- b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kajian penelitian “Strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti km 1 Pekanbaru di tinjau menurut ekonomi Islam ”
- c. Sebagai bahan kajian untuk memperdalam dan memperluas wawasan bagi penulis. Dan untuk memberikan manfaat bagi peneliti dimasa yang akan datang, diharapkan penelitian ini akan menjadi refrensi pengetahuan bagi yang membahas topik yang sama. Dan tentunya akan ada orang yang akan meneliti lebih lanjut tentang masalah yang sama.

E. Metode Penelitian**1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di toko PlatBM yang beralamat di Jalan Garuda Sakti km 1 Pekanbaru. Alasan penulis mengambil lokasi di PlatBM ini karna penulis ingin meninjau/mengatahui strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru dalam memasarkan produknya.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dari penelitian ini adalah pemilik toko dan karyawan kaos PlatBM. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Produk Kaos PlatBM diJalan Garuda Sakti Km1 Pekanbaru.

3. Populasi dan Sample

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan serta pembeli yang berjumlah 30 orang. Dalam pengambilan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampel penelitian, penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menetapkan sample dari pimpinan dan karyawan PlatBM yang terdiri dari seorang pimpinan dan 6 orang karyawan. Sementara itu pembeli populasinya tidak bisa ditentukan secara pasti, hal ini karna terlalu banyak pembeli dan setiap harinya berubah, maka penulis mengambil 23 orang pembeli sebagai sample penelitian dengan memakai teknik *accidental sampling* atau teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample.²²

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dikategorikan yaitu:

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari pimpinan, karyawan dan konsumen di PlatBM Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru.
- b. Data Sekunder adalah data yang diambil dari beberapa buku yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti dan dokumen-dokumen.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²²Sugiono, *Statiska Untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2012), Cet.Ke-21, h. 67

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.

- a. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab dengan responden secara langsung mengenai masalah data yang diperlukan tentang strategi yang dilakukan oleh produsen dalam memasarkan produk kaos PlatBM.
- b. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data-data dokumen yang ada kaitannya dengan PlatBM di Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru.
- c. Studi Pustaka yaitu penulis mengambil data-data yang bersumber dari buku yang berhubungan dengan teori-teori tentang masalah yang akan diteliti.
- d. Observasi yaitu penulis mencari data dengan melakukan pengamatan langsung pada toko PlatBM yang bersangkutan agar data yang diperoleh lebih akurat.

6. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kualitatif deskriptif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasikan data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya dihubungkan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti. Metode penulisan menggunakan metode deskriptif yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh. Kemudian di analisis sesuai dengan masalah tersebut.

7. Metode Penulisan

Adapun metode penulisan yang digunakan adalah :

- a. Metode Induktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.

Hak Cipta Diindungi 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.

- b. Metode Deduktif yaitu pengumpulan data-data yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Metode Deskriptif yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh, kemudian dianalisa sesuai dengan masalah tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Agar laporan ini tersusun secara sistematis dan terarah maka penulis menyusun sistematika 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 PlatBM mulai dari sejarah berdirinya, Visi dan Misi, struktur organisasi dan pemasaran yang di lakukan.

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 dan strategi pemasaran dalam Islam.

BAB IV : Dalam bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran produk kaos PlatBM Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru, dan tinjauan ekonomi Islam tentang strategi

pemasaran produk kaos PlatBM di Jalan Garuda Sakti Km 1 Pekanbaru.

BAB V : Kesimpulan dan Saran.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi 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.

