

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.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Islam dari segi istilah adalah agama yang diturunkan oleh Allah swt kepada nabi Muhammada saw yang isinya bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, melainkan juga mengatur hubungan manusia dengan manusia dan alam jagat raya.

Islam juga berarti berserah diri, patuh dan tunduk kepada Allah dengan tulus dalam upaya membawa ketertiban, perdamaian, juga berarti ketentraman dan kesejahteraan lahir batin. Islam dari segi bahasa sejalan dengan fitrah manusia, yang selalu cenderung kepada kesucian, kebenaran dan kedamaian.

Agama Islam mengatur semua yang berkenaan dengan perbuatan, prilaku umat manusia. Semuanya telah diatur Allah dalam agama Islam tercanatum dalam Al-Quran dan hadis Rasulullah saw.

Di dalam tatanan Islam tidak diragukan bahwa harta kekayaan memiliki kedudukan dan nilai yang sangat berharga. Hal ini karena segala kebutuhan hidup pada dasarnya ditujukan untuk kesempurnaan, kebahagiaan, dan kemegahan, baik berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, kekuatan, kemakmuran, dan kekuasaan sangatlah bergantung pada harta kekayaan. Alquran menggambarkan kekayaan sebagai perhiasan kehidupan.<sup>1</sup>

Islam adalah ajaran yang bertujuan membahagiakan manusia di dunia dan di akhirat secara bersama-sama dan saling berkaitan. Kebahagiaan hidup di dunia harus menjadi sarana untuk mencapai kebahagiaan hidup di Akhirat,

<sup>1</sup> Taufik Rahman, *Hadits-Hadit Hukum*, (Bandung:Pustaka Setia,2001), h.125.

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.

dan harapan hidup di akhirat harus menjadi landasan motivasi dalam melakukan kegiatan di dunia yang didasarkan pada petunjuk Allah swt dan Rasul-Nya. Terpisahnya dari kedua macam tujuan hidup ini akan melahirkan kehidupan yang timpang atau berat sebelah, sehingga tidak mencapai kebahagiaan hidup yang seutuhnya.

Manusia yang tunduk, dalam kegiatan ekonomi mereka memosisikan kitabullah dan sunnah rasul sebagai “*director*” (pengarah) agar merealisasikan dua tugas utama manusia yaitu “pengabdikan tuhan” dan “memakmurkan bumi menjalankan kekhalifahan”<sup>2</sup>

Manusia menurut tabiatnya adalah makhluk sosial. Ia tidak bisa hidup sendiri, melainkan harus bertransaksi dengan yang lainnya. Ia diperlukan orang lain dan ia juga diperlukan oleh yang lainnya.<sup>3</sup>

Manusia tidak bisa terbebas dari kegiatan ekonomi, begitupun ekonomi, tidak akan terjadi tanpa adanya manusia. Manusia harus mencari, dan memanfaatkan ekonomi dengan benar.

Dari perspektif agama, aktivitas ekonomi (perdagangan) yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama akan bernilai ibadah. Artinya, dengan pandangan itu, selain mendapatkan keuntungan-keuntungan materil guna memenuhi kebutuhan ekonomi, pelakunya sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah swt.<sup>4</sup>

Manusia sebagai pelaku ekonomi harus mengikuti segala ketentuan Allah dalam segala aktivitasnya, termasuk aktivitas ekonominya. Prof. Dr. H

<sup>2</sup> Muhammad Yusuf Wiroso, *Bisnis Syariah Edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 2.

<sup>3</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 54.

<sup>4</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. VII.

## 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.

Akhmad Mujahidin mengutip Pengertian dasar ekonomi Islam dari Masudul Alam Choudury yaitu pendekatan terhadap analisis ekonomi yang secara tegas mengarah kepada dasar-dasar syariah atau hukum Islam yang berkaitan dengan masalah sosial ekonomi dan masalah hukum atau legal yang dihadapi umat Islam. Sedangkan teori ekonomika Islam merupakan penjelasan logis dari pelaksanaan unsur-unsur keagamaan dalam masalah ekonomi. Teori ini berakar dari fondasi iman yaitu Qur'an, sunnah dan ijtihad. Dan secara alamiah, baik asumsi-asumsi dasar, fungsi dan tujuannya, ekonomika Islam bersifat universal. Dengan demikian dia terbuka untuk dikaji secara ilmiah.<sup>5</sup>

Ajaran Islam yang berkaitan dengan ekonomi secara umum belum sepenuhnya dipahami oleh umat Islam. Hal ini dibuktikan dengan fakta, bahwa sebagian besar ekonomi umat Islam masih tertinggal, dan sebagian kecil ada ekonominya yang sudah maju, namun cara memperoleh, memanfaatkan, dan mengelolanya belum sesuai dengan ajaran Islam. Keadaan ini antara lain disebabkan, karena mereka belum mengenal ekonomi Islam, baik secara teori maupun praktek.<sup>6</sup>

Manusia bebas melakukan seluruh aktivitas ekonominya sepanjang tidak ada ketentuan Allah yang melarangnya. Dalam pandangan Islam, setiap pekerjaan manusia adalah mulia. Berdagang, berniaga atau jual beli juga merupakan suatu pekerjaan mulia, karena tugasnya antara lain memenuhi kebutuhan seluruh anggota masyarakat akan barang dan jasa untuk

<sup>5</sup> Muhandis Natadiwiry, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta:Granada Press,2007), h. 17.

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 411.

## 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.

kepentingan hidup dan kehidupannya.<sup>7</sup> Allah swt berfirman dalam surat An-nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿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 : 29)

Hal ini memperjelas bahwa Islam melarang jual beli yang mengandung unsur riba dan bathil karena akan merugikan salah satu pihak. Namun, pemasaran pada dasarnya boleh selagi tidak melakukannya dengan jalan yang bathil melainkan sesuai dengan syariat Islam dengan dasar suka sama suka.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>8</sup> Kegiatan pemasaran ini juga dilakukan oleh pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Pemerintah menunjuk Yayasan Metro Madani sebagai pengelola melalui SK walikota Pekanbaru, bekerjasama dengan pihak Manajemen MTC Giant, Panam, dengan sistem bagi hasil 60% pihak pemerintah dan 40% pihak

<sup>7</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Almujtahadah Press, 2014), h.17.

<sup>8</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), h.168-169.



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.

Giant. Namun, sejak tahun 2013 pihak MTC Giant yang mengelola pasar secara penuh tanpa ada ikut campur tangan dari pihak lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pedagang adalah seseorang yang mencari nafkah dengan berdagang. Sedangkan, pakaian adalah barang apa yang dipakai (baju, celana, dan sebagainya). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan pedagang pakaian adalah Seseorang yang mencari nafkah dengan cara berdagang atau berjualan pakaian seperti baju, celana dan sebagainya.

Penulis hanya berfokus kepada pedagang pakaian, produk yang di jual oleh pedagang tersebut yaitu semua jenis pakaian baik laki – laki maupun perempuan dari usia anak-anak hingga orangtua yang berupa baju, celana, pakaian dalam, pakaian muslim (termasuk jilbab,dan mukena), jaket dan lain-lain. Namun, setelah penulis melakukan observasi ke lapangan dan mewawancarai salah satu pembeli di Pasar Senja, bahwa pembeli merasa dirugikan karena ada beberapa pedagang yang memasarkan barang dagangannya dengan cara berbohong dari segi kualitas pakaian.<sup>9</sup> Berikut data jumlah pedagang pakaian yang ada di Pasar Senja Kecamatan Tampan, Pekanbaru pada bulan Desember 2016.

<sup>9</sup> Yoni, Pembeli, *wawancara*, Pasar senja, 16 september 2016

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.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pedagang di Pasar Senja**  
**Kecamatan Tampan Pekanbaru**  
**Bulan Desember 2016**

No	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1.	Pedagang Pakaian	240
2.	Pedagang Sepatu	25
3.	Pedagang Jam Tangan	7
4.	Pedagang Makanan	13
5.	Pedagang Tas	15
6.	Pedagang Aksesoris (gelang,kalung,topi)	8
	<b>Jumlah Semua Pedagang</b>	<b>308</b>

Sumber : *Manajemen MTC Giant, Panam.*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas jumlah pedagang terbanyak adalah pedagang pakaian sebanyak 240 pedagang, maka persaingan di pasar ini sangat ketat dan jarak kios satu dengan yang lainnya berdekatan. Sehingga, setiap bulannya selalu ada pedagang yang keluar atau tidak meneruskan sewanya akibat dari ketatnya persaingan yang ada.<sup>10</sup> Oleh karena itu, pedagang dituntut untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat, efektif dan efisien agar bisnis atau usahanya terus berjalan dan dapat meningkatkan penjualan. Dari latar belakang yang penulis buat maka penulis tertarik meneliti lebih lanjut dengan judul. **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR SENJA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**.

<sup>10</sup> Darwin, Penanggung jawab pasar, *wawancara*, Pasar Senja, 17 september 2016.

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.

## B. Batasan Masalah

Sehubungan dengan banyaknya permasalahan yang akan timbul dalam penelitian ini, maka penulis perlu membatasi masalahnya. Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah tentang penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian yang ada di Pasar Senja yang berlokasi di Jalan Balam Sakti, Kecamatan Tampan Pekanbaru.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, dapat diformulasikan fokus masalah penelitian yang akan ditelaah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru?

## D. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.

**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.

3. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai sumbangan fikiran bagi khasanah keilmuan terhadap penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru menurut perspektif ekonomi islam.
2. Memberikan informasi tentang penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru menurut perspektif ekonomi islam.
3. Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum.

**E. Metode Penelitian**

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang berlokasi di Jalan Balam Sakti, Kecamatan Tampan Pekanbaru. Penulis memilih lokasi ini karena setelah melakukan observasi ke beberapa pasar yang ada di daerah Panam, pasar senja inilah yang terdapat pedagang pakaian terbanyak.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru, sedangkan objeknya adalah strategi pemasaran pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.



## 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.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, untuk keperluan penelitian ini diambil populasi dengan berpedoman pada pendapat Suharsimi Arikunto: “Apabila subjek kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua, sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20-55% , tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu dan dana”.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru sebanyak 240 pedagang pakaian, karena jumlah populasinya banyak maka penulis mengambil sample sebanyak 15% dari jumlah pedagang pakaian yang ada di pasar tersebut yaitu 36 pedagang pakaian, yang terdiri dari 20 *owner* (pemilik usaha) dan 16 karyawan yang bertugas menjaga kios pakaian di pasar senja. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

### 4. Sumber data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari pedagang pakaian dan masyarakat sekitar yang berkenaan dengan hal-hal yang diteliti melalui wawancara dan observasi.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai referensi buku yang berkenaan dengan masalah penelitian.

<sup>11</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 112.

## 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.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu penulis datang langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati secara dekat tentang subjek dan objek penelitian ini guna memperoleh data yang akurat.
- b. Wawancara yaitu penulis mengajukan pertanyaan secara langsung kepada informan, wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan, yang penulis peroleh dari pembeli dan pedagang pakaian di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.
- c. Angket yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan atau mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti kepada responden atau narasumber yang akan diteliti yaitu pedagang pakaian yang ada di pasar senja.
- d. Dokumentasi yaitu pengumpulan data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.

## 6. Teknik Analisa Data

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa Deskriptif Kualitatif, data kualitatif berasal dari observasi, wawancara dan angket yang dijelaskan dengan cara menghubungkan antara satu fakta dengan fakta yang lainnya kemudian data itu dianalisa untuk diambil kesimpulan.

## 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.

## 7. Metode penulisan

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Induktif yaitu dengan mengumpulkan data yang bersifat khusus, kemudian diambil kesimpulan secara umum.
- b. Deduktif yaitu dengan mengumpulkan data yang bersifat umum, kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- c. Deskriptif yaitu analisis dengan mengemukakan dan menggambarkan permasalahan secara tepat serta apa adanya kemudian dianalisa sesuai data yang diperoleh.

## 8. Indikator Penelitian

Tabel 1.2

Operasional Variabel Penelitian

VARIABEL	SUB VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR
<b>STRATEGI PEMASARAN</b>	<b>BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)</b>	kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan atau reaksi para pembeli atau konsumen.	- Produk - Harga - Distribusi/lokasi - Promosi

## 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.

## F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis menyusun sistematika penulisan dalam beberapa bab dan sub yang merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan.

### **BAB I :PENDAHULUAN**

Terdiri dari: Latar belakang masalah, Batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian, Metode penelitian.

### **BAB II :GAMBARAN UMUM PASAR SENJA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU**

Bab ini membahas tentang: Sejarah singkat pasar senja, Visi dan misi pasar senja, tujuan pasar senja dan struktur organisasi.

### **BAB III :STRATEGI PEMASARAN**

Bab ini terdiri dari: pengertian strategi pemasaran ,jenis-jenis strategi pemasaran , bauran pemasaran (*marketing mix*), sistem pemasaran dalam Islam.

### **BAB IV :PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG PAKAIAN DI PASAR SENJA KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.**

Bab ini diuraikan tentang Penerapan Strategi Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Senja Kecamatan Tampan Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam, yang terdiri



**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.

dari: Bagaimana penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru, Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menerapkan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru, Bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap penerapan strategi pemasaran pada pedagang pakaian di pasar senja Kecamatan Tampan Pekanbaru.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang dikemukakan penulis atas dasar analisis yang telah dilakukan.