

**STRATEGI PEMASARAN KERAMIK PADA PT. GARUDA TILE DUMAI  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN  
(SUATU TINJAUAN EKONOMI SYARI'AH)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Sebagai Syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE. Sy)**



**UIN SUSKA RIAU**

**OLEH:**

**UMU QAIRA**

**11025202785**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2015**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
كلية الشريعة والقانون  
FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Subrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru - Riau 28293 PO. Box. 1004 No. Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : iain-sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Keramik Pada PT. Garuda Tile Dumai Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Suatu Tinjauan Ekonomi Syari'ah)" yang ditulis oleh:

Nama : UMU QAIRA  
NIM : 11025202785  
Jurusan : EKONOMI ISLAM

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia sarjana program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : SENIN  
Tanggal : 11 MEI 2015  
Bertepatan : 22 Rajab 1436

Shingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana syariah (SE.Sy).

Pekanbaru, 1 Juni 2015



DEKAN

Dr. H. Akbarizan, M. Ag, M.Pd  
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Zulkifli, M.Ag  
NIP. 19741006 200501 1 005

PENGUJI I

Dr. H. Helmi Basri, LC. MA  
NIP. 19740704200601 1 003

SEKRETARIS

Zulfahmi Bustami, M.Ag  
NIP. 19710101100703 1 010

PENGUJI II

Afdhol Rinaldi, SE, M, M. Ec  
NIK. 130208066

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan berkembangnya dunia usaha saat ini, membawa para pelaku dunia usaha pada persaingan yang sangat ketat untuk meningkatkan penjualan. Hal itu tidak menutup kemungkinan untuk perkembangan perusahaan PT. Garuda Tile Dumai, yang pada saat ini juga dihadapkan pada persaingan ketat untuk meningkatkan penjualan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang distributor keramik sangat diperlukan strategi pemasaran guna mempertahankan eksistensi perusahaannya di bidang ini. Strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Jika strategi pemasaran yang dilakukan tidak tepat, maka sudah pasti akan kalah bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan yang lebih maju.

Permasalahan yang diteliti adalah Bagaimana Strategi Pemasaran keramik yang dilakukan oleh PT. Garuda Tile Dumai dalam upaya meningkatkan penjualan? Apa saja kendala-kendala Strategi Pemasaran PT. Garuda Tile Dumai dalam meningkatkan penjualan? Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Strategi Pemasaran keramik yang dilakukan oleh PT. Garuda Tile Dumai?

Penelitian ini bersifat lapangan yang dilakukan pada PT. Garuda Tile Dumai yang beralokasi di Jalan Simpang Panti Bagan Besar kota Dumai. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket, dan studi pustaka. Sedangkan metode analisa data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Setelah mengadakan penelitian dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan serta ditegaskan dengan dalil-dalil yang berkaitan dengan permasalahan, penulis dapat menyimpulkan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Garuda Tile Dumai dalam memasarkan produk keramiknya mulai dari produk, promosi, harga maupun distribusi telah sesuai dengan sistem Ekonomi Syariah.

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan puja Alhamdulillah bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita semua sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat dan salam atas junjungan alam, buah hati Aminah, Habibullah, kekasih Allah yakni Nabi Muhammad SAW, dengan berlapaskan *Allahumma Sholli 'Ala Saiyyidina Muhammad Wa 'Ala Ali Saiyyidina Muhammad* mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umatnya yang mendapat syafaat beliau di akhirat kelak. Amiin.

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pemasaran Keramik Pada PT. Garuda Tile Dumai Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Suatu Tinjauan Ekonomi Syari’ah)”**. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah ( SE,Sy ) oleh setiap mahasiswa strata satu ( S1 ) Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun kalau dalam skripsi ini terdapat kesalahan itu datangnya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian

hari. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga selesainya skripsi ini yaitu kepada:

1. Ayahanda H. Herman dan Ibunda Hj. Ummi Asnah (Almh)tersayang yang telah menjadi motivasi, dan senantiasa mendo'akan dan mengarapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus memberikan bantuan moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan Abang Edy Fitri, Al Malik Faisal, Ansharullah, Ibnu Chalik, serta kakak Malahayati, Rahmawati, Ulfia Nelly, dan abang Dinul Haq Ihsan yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan terhadap penulis.
2. Rektor UIN SUSKA Riau Prof. Dr.H.M. Munzir Hitami, MA beserta Purek I, II, dan III yang telah berjasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II dan Pembantu Dekan III.
4. Bapak Kamiruddin, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, dan Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku sekretaris jurusan Ekonomi Islam.
5. Bapak Dr. H. Muh. Said HM, MA.MM selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, memperbaiki dan

menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak H. Ismardi, M.Ag selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau yang telah membekali banyak ilmu kepada penulis.
8. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang telah ikut turutserta memperlancar proses administrasi selama perkuliahan.
9. Pimpinan dan Karyawan/i PT. Garuda Tile Dumai yang telah membantu pemberian data dan informasi dalam penulisan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan EI khususnya lokal EI.5 angkatan 2010 dan sahabat- sahabatterbaikku Lilis Marlindah, Yayah Yuningsih, Nurfiyas, Doni Putra, Syarifuddin, Andri Satria, yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

Butuh lembar yang luas untuk berjutan nama yang tak tertulis, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terima kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasny dengan balasan yang berlipat ganda. *Amiin Yaa Robbal 'Alamin.*

Pekanbaru, April 2015

Penulis

Umu Qaira  
11025202785

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian .....	9
F. Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II: TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b> .....	13
A. Sejarah Berdirinya PT. Garuda Tile Dumai .....	13
B. Visi dan Misi PT. Garuda Tile Dumai.....	13
C. Struktur Organisasi .....	15
D. Aktivitas dan Produk PT. Garuda Tile Dumai .....	17

<b>BAB III: TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>21</b>
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	21
B. Sumber-sumber Strategi Pemasaran .....	24
C. Macam-macam Strategi pemasaran.....	26
D. Prinsip-prinsip Strategi Pemasaran.....	33
E. Strategi Pemasaran Dalam islam .....	37
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Strategi Pemasaran Keramik Pada PT. Garuda Tile Dumai.....	43
B. Hasil Penjualan dan Kendala Strategi Pemasaran Keramik Pada PT. Garuda Tile Dumai .....	60
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Keramik Pada PT. Garuda Tile Dumai .....	62
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Realisasi Penjualan Keramik PT. Garuda Tile Dumai.....	6
Tabel 4.2: Tanggapan Responden Kualitas Produk Keramik PT. Garuda Tile Dumai.....	46
Tabel 4.3 : Minat Masyarakat Terhadap Keramik PT. Garuda Tile Dumai ....	47
Tabel 4.4 : Daya Tarik Produk Keramik PT. Garuda Tile Dumai Sehingga Sangat Diminati Masyarakat .....	48
Tabel 4.5 : Penampilan atau Merek Produk Keramik PT. Garuda Tile Dumai	49
Tabel 4.6 : Pelayanan PT. Garuda Tile Dumai Terhadap Konsumen .....	50
Tabel 4.7 : Harga Jual Produk Keramik PT. Garuda Tile Dumai .....	55
Tabel 4.8 : Intensitas Promosi PT. Garuda Tile Dumai .....	59
Tabel 4.9 : Hasil Penjualan Keramik PT. Garuda Tile Dumai.....	60

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 : Struktur Organisasi PT. Garuda Tile Dumai.....	16
---	----