

**MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PADA PT PARSIA
HUMAIRAH PEKANBARU DITINJAU MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKIRPSI



Oleh:

MIRA RUSIYANTI
NIM. 11125200066

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
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 No. Telp. 0761-28293
Fax. 0761-21129, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : iain-sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PADA PT. PARSIA HUMAIRAH PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM" yang ditulis oleh:

Nama : MIRA RUSIYANTI
NIM : 11125200066
Jurusan : Ekonomi Islam

Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Sarjana Program S1 pada Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 24 Juni 2015
Bertepatan : 07 Ramadhan 1436 H

Sehingga 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 Ekonomi Islam (SE.Sy).

Pekanbaru, 26 Juni 2015



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

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Hj Hertina, M.Pd
NIP. 19680629 199402 2 002

SEKRETARIS

Haswir, M.Ag
NIP. 1969 1119 199603 1002

PENGUJI I

Nurnasrina, SE, M.Si
NIP. 19800405 200901 2 008

PENGUJI II

Syahpawi, S.Ag, M.Si
NIP. 19730307 200701 1 032

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ **Manajemen Pemasaran Produk PT. Parsia Humairah Pekanbaru DiTinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam**”. Latar belakang penulis mengambil judul ini adalah melihat perkembangan pemasaran produk kurma parsia yang sudah meluas ditengah masyarakat bahkan sudah meluas keluar daerah. Permintaan akan kurma mengalami peningkatan pada masa tertentu khususnya pada saat bulan suci ramadhan. Pemasaran yang tidak seimbang didalam kota kura, sedangkan didalam kota maju. Parsia menyediakan berbagai macam jenis kurma, diantaranya kurma anggur, kurma tangkai dari tunisia, kurma ajwa, kurma khlas, dan kurma saffah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru, apa saja kendala-kendala dalam pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru serta bagaimana tinjauan ekonomi islam pada manajemen pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru, apa saja kendala serta bagaimana tinjauan ekonomi islam pada manajemen pemasaran produk PT. parsia humairah pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di PT. Parsia Humairah Pekanbaru yang beralamatkan di Jalan Merpati Sakti kecamatan Tampan, Pekanbaru. Subjek alam penelitian ini adalah pemilik PT. parsia humairah, karyawan dan agen. Populasi penelitian ini adalah pemilik PT. parsia humairah, karyawan 3 orang dan agen 5 orang. Sedangkan sampel dalam penelitian penulis mengambil dari keseluruhan populasi dengan menggunakan *total sampling*. Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data penulis gunakan adalah observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisa data yang penulis gunakan adalah analisa data deskriptif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklafikasi data-data berdasarkan kategori-kategori atas dasar persamaan jenis dengan data tersebut. Kemudian diuraikan sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini metode penulisan yang penulis gunakan adalah metode deduktif, metode induktif serta metode deskriptif.

Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa manajemen pemasaran produk pada Parsia Humairah Pekanbaru secara keseluruhan sudah baik. Pihak manajemen sebenarnya telah menggunakan berbagai media dalam memasarkan dan mempromosikan produknya. Akan tetapi belum berjalan dengan efektif dan efisien, dalam mewujudkan pemasaran produk guna memenuhi kebutuhannya dan memberikan kepuasan pada masyarakat. Adapun kendala dalam manajemen pemasaran produk Parsia Humairah adalah produk, harga dan persaingan. Hal ini terbukti karna kurma langsung diimpor dari Iran melalui pelabuhan Belawan,

Sumatra Utara. Pada hal ini tentu saja ada produk kurma yang diterima oleh Parsia Humairah tidak sesuai dengan permintaan atau ada hal-hal diluar dugaan, seperti halnya kemasan rusak, kurma tidak segar lagi mengingat pengiriman barang menggunakan kapal laut yang memakan waktu cukup lama sekitar 3-4 hari. Parsia Humairah terbilang usaha baru dalam distributor kurma. Masyarakat belum begitu mengenal produk kurma yang ditawarkan oleh Parsia Humairah hal ini yang membuat produk kurma Parsia Humairah kalah saing dipasaran. Menurut perspektif ekonomi islam manajemen pemasaran produk Parsia Humairah Pekanbaru, telah sesuai dengan prinsip syari'ah. Hal ini terbukti karena seluruh proses, mulai dari produk,harga,promosi dan distribusi tidak bertentangan dengan syariat islam.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukurkehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Manajemen Pemasaran Produk Parsia Humairah Pekanbaru Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam” , dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, amin.

Penulisan skripsi ini, penulis menyadariterdapat kelemahan-kelemahan yang datangnya dari penulis sendiri, karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun, sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada : Yth :

1. Kedua orang tuaayahanda Amirrudin dan Ibunda Rusti dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo’akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan

serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moril maupun materil serta memberi semangat kepada ananda..

2. Bapak Prof. Dr. H.Munzir Hitami, M.A. selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan seluruh civitas akademika UIN SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. H. Akbarizan, M.A., M. Pd selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Bapak Dr. H. Mawardi Muhammad Shaleh, M. A selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Hj. Hertina, M. Pd selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Zulkifli, M. A selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Kamiruddin, M.Adan Bapak Bambang Hermanto, M.A, selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
6. Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Dr.H. Muh. Said HM,MA.MM selaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Jumni Neli, M.Ag. selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.
9. Bapak Mujiburahman yang telah membantu penulis meluangkan waktunya dalam pengumpulan data.
10. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimah kasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.

Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terima kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, amin.

Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu ' alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Juni 2015
Penulis

MIRA RUSIYANTI
NIM. 11125101106

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II GAMBARAN UMUM PT. PARSIA HUMAIRAH	13
A. Sejarah Parsia Humairah Pekanbaru	13
B. Visi dan Misi Parsia Humairah	15
C. Struktur Organisasi Parsia Humairah	15
D. Jenis Produk Parsia Humairah	17
BAB III LANDASAN TEORI MANAJEMEN PEMASARAN	19
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	19
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	20
C. Persaingan	29
D. Pemasaran dalam Islam.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PADA PT PARSIA HUMAIRAH PEKANBARU	36
A. Manajemen Pemasaran Produk Parsia Hmairah	36
B. Kendala-kendala Pemasaran Produk Parsia Hmairah	41

C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Produk Parsia	
Humairah.....	43
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN