

**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.



UIN SUSKA RIAU

GESTI ANGGREYNI AM
NIM. 11920520527

PROGRAM S 1

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023 M/1444 H



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Sangkal Halaban” Di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : Gesti Anggreyni AM
 NIM : 11920520527
 Program Studi : Ekonomi Syariah


Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 31 Mei 2023

Pembimbing 1


 (Wali Saputra, SE.Ak., MA)
 NIP. 198008162009011014

Pembimbing 2


 (Dra. Nurlaili, M. Si)
 NIP. 19671005 199403 2 003

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : GESTI ANGGREYNI AM
 NIM : 11920520527
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 26 Juni 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Gedung Dekanat FASIH

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universtitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 3 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

- Ketua
Dr. Jenita, SE., MM
- Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak
- Penguji I
Wali Saputra, SE.Ak., MA
- Penguji II
Musnawati, SE.,M.Ak

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkarni, M.Ag
 NIP. 19741006 2005011 00

- 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.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

: Gesti Anggreyni AM
 : 11920520527
 : Alang Lawas, 24 Januari 2001
 : Syariah Dan Hukum
 : Ekonomi Syariah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:
Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :
 penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya * dengan judul sebagaimana
 tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya , *saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya) *saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Juni 2023
 Yang membuat pernyataan



Gesti Anggreyni AM.
 NIM : 11920520527

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan berita, dan sebagainya.
 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.

• pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

riauan suatu masalah.



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.

ABSTRAK

Gesti Anggreyni AM, (2023): Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Prespektif Ekonomi Syariah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban oleh pelaku usaha di Halaban, kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam penjualan produk kearifan lokal songket Halaban, dan Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi penjualan oleh pelaku usaha songket di Halaban. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Filed Research*). Yang berlokasi di Nagari Halaban Kecamatan Lareh Sago Halaban Kab. Lima Puluh Kota. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 7 orang sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 7 orang metode pengambilan sampel yaitu *Total Sampling*. Sebagai data primer yang di himpun dari pengusaha songket halaban. Sedangkan data skunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal serta skripsi yang berhubungan dengan penelitian. Dalam pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik, observasi, teknik wawancara dan teknik dokumentasi, dalam menganalisis data peneliti menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah (1) strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban oleh pelaku usaha di Halaban, strategi penjualan yang digunakan oleh usaha songket halaban adalah menggunakan bauran mix 4p yaitu : strategi produk, strategi place (tempat), strategi price (harga), Strategi promosi (2) kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam penjualan produk kearifan lokal songket Halaban yaitu : sulitnya medistribusikan produk, SDM yang semakin lama semakin berkurang dikarenakan remaja yang banyak kurang meminati berbenun, Kurangnya pelatihan dan pengembangan SDM, Promosi produk yang belum optimal oleh usaha songket halaban, Biaya bahan baku yang semakin hari semakin mahal, Bahan baku yang sulit di dapatkan karena belum ada di halaban. (3) Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi penjualan oleh pelaku usaha songket di Halaban. sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan berpedoman kepada cara-cara bedagagang ala rasulullah yang berpedomankan kepada sifat-sifat sidiq, amanah, tabligh, dan fatanah.

Kata Kunci : strategi, strategi penjualan, produk kearifan lokal



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum WaRahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil, alamin, sedalam syukur dan setinggi puji penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam tidak lupa pula penulis doakan semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabiullah, Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang benderang yang penuh pengetahuan seperti sekarang ini.

Dengan izin dan Rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“STRATEGI PENJUALAN PRODUK KEARIFAN LOKAL SONGKET HALABAN DITINJAU MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**. Merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan karya tulis ini, penulis dapat bantuan dari berbagai pihak baik berupa bantuan moril maupun materil terutama dari keluarga yang tidak pernah lupa mendoakan dan memberikan motivasi, cinta, kasih sayangi dan perhatian yang tidak terhitung kepada penulis.

Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih pada semua pihak yang senantiasa mendampingi penulis baik dalam


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.

keadaan suka maupun duka, teristimewa dengan tulus hati diucapkan terima kasih kepada :

1. Untuk (Alm) Ayahanda terhebat dan tersayang Asrizal selaku orang tua saya yang sudah meninggal ketika saya masih menempuh pendidikan SMA kelas XI. Semoga beliau bangga dengan perjuangan anaknya dan untuk Ibunda Murhayati tercinta, yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan kasih sayang dan senantiasa memberikan penulis semangat dalam bentuk apapun yang sangat berarti bagi penulis, mudah-mudahan setiap pengorbananmu akan menjadi butiran mutiara berupa pahala menuju surga nya Allah, amin.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag, selaku Rektor UIN Suska Riau, beserta Wakil Rektor I Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Prof. Edi Erawan, S.Pt., M.Sc., Ph.D. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, selaku Dekan di Fakultas Syari'ah dan Hukum, beserta Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Hj. Sofia Hardani, M.Ag selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, serta staf Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.



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
5. Bapak Wali Saputra, SE. Ak., MA. dan Ibu Dra, Nurlaili, M. Si. selaku pembimbing Proposal, sekaligus pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, informasi dan arahan kepada penulis selama menyelesaikan Proposal dan Skripsi ini.
 6. Ibu Rozi Andrini M.E, selaku Penasehat Akademis terimakasih atas waktu, nasehat, masukan dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
 7. Bapak-bapak/Ibu-ibu Dosen serta seluruh Karyawan/Wati di Fakultas Syari'ah dan Hukum di UIN Suska Riau, yang telah mencurahkan ilmu pengetahuan, mendidik, membimbing penulis untuk menjadikan mahasiswa berwawasan luas, idealis dan agamis dan membantu penulis selama perkuliahan.
 8. Bapak Dr. H. Muhammad Tawaf, S.IP., M.Si, Kepala Perpustakaan UIN Suska Riau Beserta Staf yang telah yang selalu memberikan penulis pelayanan selama perkuliahan di UIN Suska Riau.
 9. Ibu Evi Novita, Ibu Sultinah Khairiyah, Ibu Harlini, Ibu Eka Lestari, Ibu Wirdaningsih selaku pengusaha-pengusaha Songket Halaban yang telah memberikan kepada saya bantuan pemikiran dan inovasi saat melakukan penelitian di lokasi penelitian.
 10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat terbaikku selama di kampus Ririn Julianti, Dety Pebriyanti, Aprilia yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, motivasi, dan solusi serta saling menguatkan satu sama lain selama penyusunan skripsi.



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.

11 Teman-teman seperjuangan Program studi Ekonomi Syariah kelas A Angkatan 2019 yang telah menemani dalam masa perkuliahan.

Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terima kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalas atas segala kebaikan dan bantuan yang diberikan dengan balasan yang berlipat ganda,

Aamiin. Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalamu'alaikum WaRahmatullah Wabarakatuh

Pekanbaru, 6 Juni 2023

Penulis

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	9
1. Strategi.....	9
2. Penjualan	13
3. Strategi Penjualan	24
4. Konsep Penjualan dalam Perspektif Islam	35
5. Kearifan Lokal	42
B. Penelitian Terdahulu.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	51
B. Lokasi Penelitian	51
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	52
D. Populasi dan Sampel.....	52
E. Jenis dan Sumber Data	53
F. Teknik Pengumpulan Data	54
G. Teknik Analisis Data	56
H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57

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 IV HASIL PENELITIAN N DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban	62
B. Kendala-Kendala Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban	68
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Penjualan Oleh Pelaku Usaha Songket Di Halaban	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran	80

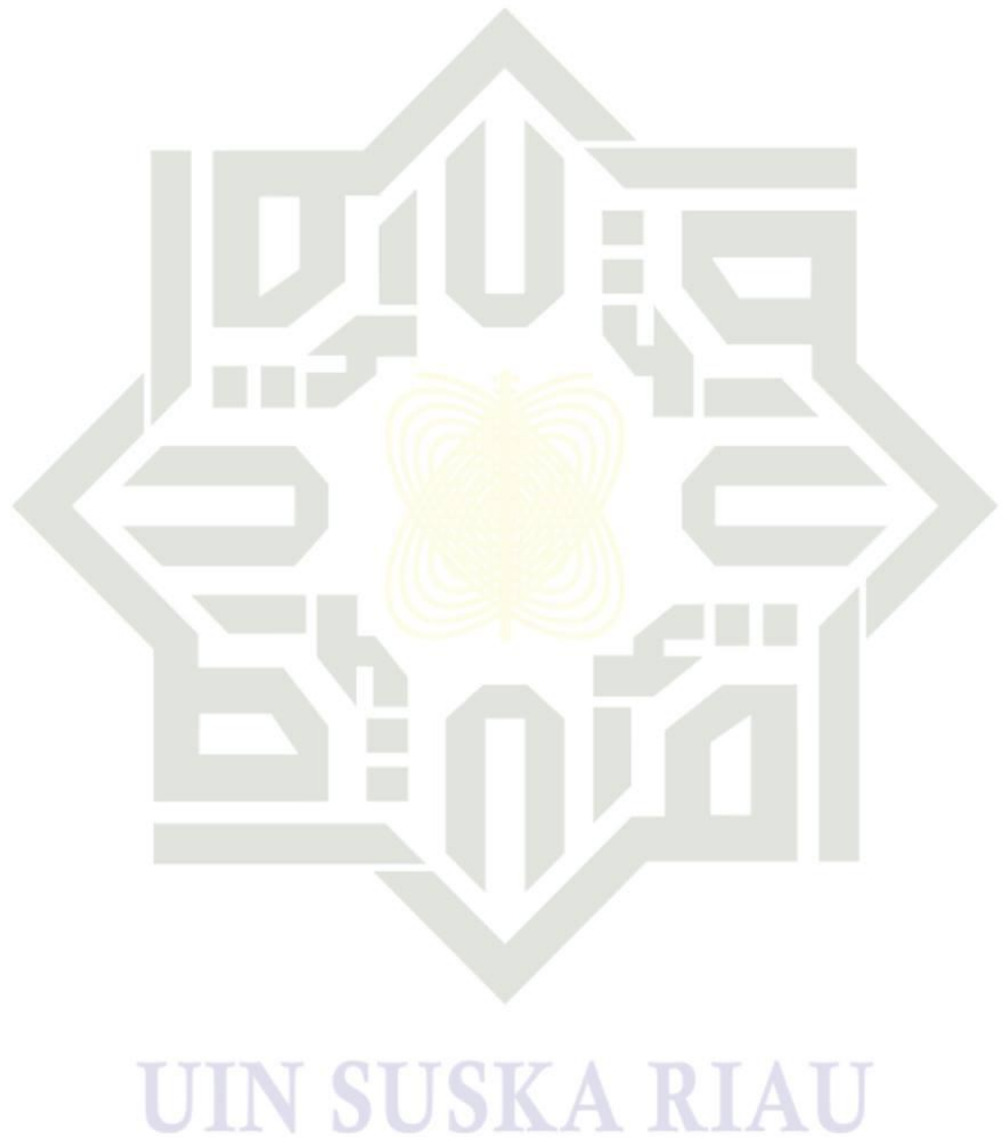
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DOKUMENTASI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Usaha Songket Halaban.....	5
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel III. 1	Sampel Penelitian.....	53



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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia sendiri yang menjadi salah satu penghasil kain tenun songket adalah Pulau Sumatera. Kain tenun yang dihasilkan di pulau ini terdiri dari kain tenun songket tradisional dari berbagai daerah yang ada di pulau tersebut. Setiap daerah penghasil kain tenun songket memiliki ciri khas khususnya pada pembuatan dan motif kain yang dihasilkan. Ciri khas ini menjadi identitas budaya dari tiap-tiap daerah penghasil kain tenun songket ini. Salah satu daerah penghasil tenun songket adalah daerah sumatera barat.

Kearifan lokal juga merupakan ciri khas etika dan nilai budaya dalam masyarakat lokal yang diturunkan dari generasi ke generasi. Salah satu bentuk kearifan lokal dari sumatra barat ini dari produk kerajinan tenun songket yang dimana kerajinan tersebut dibuat masih dengan tradisional dan masih melekat nilai budaya di dalamnya. Pembuatan produk dengan menggunakan bahan dasar benang ini bisa meningkatkan potensi kreatif pengrajin tradisional yang bisa menghasilkan beragam produk fungsional dengan nilai budaya minang yang kuat terkandung di dalamnya. Usaha Songket merupakan salah satu sentra kerajinan tenun tradisional yang menghasilkan berbagai jenis produk di sumatera barat. Usaha tenun juga menjadi mata pencaharian bagi masyarakat.

Pada umumnya potensi kerajinan songket yang ada di Provinsi Sumatera Barat sudah mulai merambah ketinggian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa Industri kerajinan songket memiliki prospek yang baik

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 untuk masa mendatang. Dengan berkembangnya industri kerajinan terutama usaha Songket yang ada di Sumatera Barat ini akan mengembangkan industri kreatif yang bisa meningkatkan nilai tambah produk dan menyerap tenaga kerja, sehingga pendapatan masyarakat diharapkan bisa meningkat.

Namun Dunia bisnis yang beraneka ragam membuat persaingan semakin ketat, maka pengusaha dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen penjualannya. Pengusaha terus berupaya untuk membuat usahanya tetap eksis di tengah ketatnya persaingan. Pengusaha dituntut bersaing lebih keras melalui strategi-strategi penjualan yang dapat membuat usahanya tetap berkembang.

Strategi penjualan merupakan salah faktor penting dalam melakukan bisnis. Hal ini dikarenakan banyaknya persaingan didunia bisnis membuat semua pelaku bisnis harus bisa berpikir secara kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen. Persaingan yang sangat ketat membuat pelaku bisnis harus bisa memberikan kesan yang baik kepada konsumen terhadap produk yang mereka pasarkan agar dapat memenangkan persaingan secara domestik maupun internasional. Para pelaku bisnis harus bisa melakukan terobosan baru dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka.

Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor keputusan pembelian produk oleh konsumen. Para pelaku bisnis terutama dibidang kain songket mereka harus memberikan kualitas tinggi kepada produk mereka. Kualitas produk merupakan syarat utama agar produk dapat diterima di pasaran. Suatu

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 dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pelanggan. Dalam mempertahankan kualitas yang bagus para pelaku bisnis harus melakukan kontrol yang sangat ketat terhadap produk mereka, seperti penyiapan bahan baku sampai produk tersebut jadi. Apabila kualitas produk memenuhi harapan konsumen, maka kualitas produk mereka bisa menjadi salah satu keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Promosi juga merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan penjualan. Para pelaku bisnis dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi. Media sosial bisa menjadi salah satu media untuk melakukan penjualan dan memperkenalkan produk yang akan dipasarkan. Salah satu media yang sangat mudah diakses ialah Instagram, Instagram bisa menjadi salah satu media untuk melakukan promosi, karena Instagram salah satu media yang mudah diakses dan digunakan semua kalangan masyarakat. Media sosial dizaman sekarang adalah hal yang paling mudah untuk melakukan penjualan terhadap suatu produk.

Ketiga hal tersebut menjadi faktor dalam melakukan usaha, kualitas produk, harga, tempat dan promosi. Harga sangat menentukan keberhasilan dalam penjualan produk, karena konsumen lebih menggemar produk yang berkualitas dengan harga murah. Selain itu, harga juga menentukan keputusan pembelian. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, meskipun sebagian konsumen beranggapan bahwa produk mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas yang baik dan harga yang terjangkau bisa menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk.

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.

Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya melestarikan kebudayaan dan produk lokal Indonesia juga sebagai penentu. Songket Halaban merupakan salah satu produk kearifan lokal yang mempunyai nilai budaya yang sangat tinggi dan merupakan bagian dari warisan budaya Indonesia. Namun, meskipun memiliki kualitas yang baik, produk ini seringkali kurang dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki aksesibilitas yang terbatas.

Selain itu, maraknya produk impor dengan harga yang lebih murah juga menjadi masalah bagi penjualan produk lokal, termasuk songket Halaban.

Hal ini membuat para produsen songket Halaban kesulitan untuk bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Masalah lainnya adalah minimnya dukungan dari pemerintah dan kurangnya kesadaran akan pentingnya mengembangkan produk lokal sebagai bagian dari potensi ekonomi dan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. Hal ini menyebabkan kurangnya perhatian dan investasi dalam pengembangan produk lokal seperti songket Halaban, sehingga sulit untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar.

Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan generasi muda akan pentingnya melestarikan kebudayaan dan produk lokal Indonesia serta meningkatkan aksesibilitas produk kearifan lokal seperti songket Halaban kepada calon pembeli. Selain itu, pemerintah dan berbagai pihak terkait perlu memberikan dukungan dan investasi dalam

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.



pengembangan produk lokal, termasuk songket Halaban, untuk memperkuat potensi ekonomi dan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat.

Maka dari itu diperlukan strategi penjualan pada usaha songket tersebut untuk meningkatkan penjualannya adapun tabel penjualan beberapa usaha songket Halaban dari tahun ke tahun adalah sebagai berikut:

Tabel I.1
Penjualan Usaha Songket Halaban

No	Nama Usaha songket	Tahun				
		2022	2021	2020	2019	2018
1.	Rumah Songket Eka	215.000.000	73.400.000	86.450.000	492.200.000	496.000.000
2.	Mandai Songket	120.000.000	60.250.000	64.800.000	278.800.000	280.800.000
3.	Harlini Songket	182.000.000	57.000.000	61.200.000	267.000.000	244.800.000
4.	Songket puti sariau	200.000.000	59.850.000	68.400.000	299.800.000	296.400.000
5.	Evi Songket	270.000.000	86.300.000	114.000.000	516.200.000	524.400.000

Sumber: Laporan Rekapitulasi Penjualan Songket Dari Pelaku Usaha, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat ketahui bahwa turun dan tidak stabilnya omset penjualan usaha Songket Halaban dalam beberapa tahun ini merupakan indikasi lemahnya kekuatan persaingan dan strategi yang di terapkan oleh para pelaku usaha Songket Halaban dalam menghadapi persaingan, sehingga perlu dikaji apa yang menjadi penyebab adanya tidak stabilnya penjualan serta strategi penjualan seperti apa yang dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

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 Dilindungi Undang-Undang

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas agar penelitian lebih fokus, terarah dan sampai pada maksud dan tujuan dari topik yang di persoalkan maka penulis membatasi penelitian ini hanya sebatas Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban oleh pelaku usaha di Halaban ?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban ?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi penjualan oleh pelaku usaha Songket Di Halaban ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Untuk Mengetahui strategi penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban oleh pelaku usaha di Halaban
 - b. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban
 - c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah terhadap strategi penjualan oleh pelaku usaha songket di Halaban

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 mengemukakan 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.

2. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Sebagai sumbangan pemikiran dan informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan penjelasan tentang strategi penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban menurut Ekonomi Syariah di Halaban.
- c. Sebagai pedoman tentang bagaimana strategi penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban menurut Ekonomi Islam yang efektif dan efisien untuk memperoleh hasil yang maksimal dan juga pedoman dalam pengembangan usaha.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan penulisan karya ilmiah ini terdiri dari beberapa bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, adapun secara sistematika adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian secara singkat dan menyeluruh mengenai tujuan penulis yang terdiri dari sub bab yaitu : Latar Belakang

Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian Dan Sistematisasi Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan, kerangka teori atau kerangka konsep yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis yaitu tentang strategi penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban ditinjau menurut perspektif ekonomi syariah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan maka isi bab adalah: jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sample, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

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 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 II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.¹

Menurut Marrus strategi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²

Selanjutnya, menurut Alfred Chalder Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tersebut.³

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dan sebuah

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*: Pusat Bahasa, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 1340

² Crown Dirgantoro, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001), h. 5

³ Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama: 2014, h. 4.

perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.⁴

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau maksud yang telah ditentukan. Strategi merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan baik dalam mengatasi persaingan atau dalam mendapatkan konsumen sehingga kesuksesan suatu perusahaan dapat tercapai. Karena suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila tujuan utamanya tercapai.

Di dalam ekonomi Islam dibolehkan menggunakan berbagai strategi untuk menjual suatu produk, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara batil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan menzalimi pihak lain. Maka, tipu daya dalam strategi penjualan itu dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan dan kezaliman. Sementara ketiga hal ini dilarang oleh Allah SWT, karena itu dalam strategi penjualan haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.⁵

Rasullulah sendiri dalam perjalanan dakwahnya mengimplementasikan strategi bisnis dengan prinsip yang universal

⁴ Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi* (Pekanbaru: Suska Press, 2012) h. 86

⁵ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Life And General*, (Jakarta: Gema Insane, 2004). h. 440

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.

serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini merupakan suatu keniscayaan bagi para pembisnis muslim untuk menerapkan prinsip-prinsip yang telah dicontohkan Rasulullah SAW, jika ingin mendapatkan keuntungan dan berkah secara bersamaan. Namun tetap diperlukan kesungguhan kedisiplinan dan keyakinan untuk terus mengaplikasikannya karena pasti akan banyak godaan dan tantangan.⁶

b. Jenis-jenis Strategi

Banyak perusahaan atau organisasi yang memilih untuk menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun kombinasi strategi tersebut dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Namun di perusahaan yang besar, strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda. Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1) Strategi Integrasi

Integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan pesaing.⁷

UIN SUSKA RIAU

⁶ Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Produk* , (Jakarta: Gemma Insane Press, 2003), h. 57

⁷ Bambang Hariadi. *Strategi Manajemen....*,h. 90

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.

2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut diversifikasi konsentrik. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut diversifikasi horizontal. Menambah produk atau jasa baru yang tidak disebut diversifikasi konglomerat.

4) Strategi Defensif

Disamping strategi integrative, intensif, dan diversifikasi, organisasi juga dapat menjalankan strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi. Rasionalisasi Biaya, terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (turnaround) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi. Selama proses rasionalisasi biaya, perencana strategi bekerja dengan sumber daya

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.

terbatas dan menghadapi tekanan dari para pemegang saham, karyawan dan media.⁸

Divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Divestasi dapat menjadi bagian dari strategi rasionalisasi biaya menyeluruh untuk melepaskan organisasi dari bisnis yang tidak menguntungkan, yang memerlukan modal terlalu besar, atau tidak cocok dengan aktivitas lainnya dalam perusahaan. Likuidasi adalah menjual semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut.

Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi dari pada terus menderita kerugian dalam jumlah besar.⁹

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Eman Suherman dalam bukunya yang berjudul “praktik bisnis” menyebutkan bahwa penjualan adalah apa yang dilakukan sebuah perusahaan untuk menjual

⁸ Sondang Siagian, *Manajemen Strategik...*, h. 328

⁹ David, *Manajemen Strategis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2016), h.29

produk – produk yang di buatnya.¹⁰ Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos – ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang – barang itu dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.¹¹

Penjualan merupakan inti dari kegiatan bisnis karena melalui penjualan diperoleh keuntungan dan keuntungan menjadi tujuan utama dari bisnis. Penjualan merupakan proses penawaran suatu produk oleh penjual kepada pembeli sampai terjadi kesepakatan penyerahan produk dari penjual yang dibalas penyerahan sejumlah alat pembayar dari pembeli.¹² Dalam melakukan penjualan, pebisnis dapat memposisikan sebagai penjual dan sebagai penjual hendaknya memiliki teknik menjual yang pada beberapa literatur dinamai salesmanship. Salesmanship merupakan keterampilan atau seni membujuk dan

¹⁰ Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Enterepreneurship*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 123

¹¹ Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ke-3, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 183

¹² Eman Suherman, *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.

menyakinkan orang agar menyadari kebutuhannya terhadap produk yang ditawarkan.¹³

Di dalam konsep penjualan terdapat asumsi yang menyatakan bahwa para konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya dibeli, karena itu perusahaan harus memiliki banyak alat penjual atas promosi yang efektif untuk dapat merangsang pembeli.

Berdasarkan konsep di atas jelaslah bahwa penjualan merupakan bagian dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk yang dihasilkan kepada konsumen (masyarakat/pemakai) guna mencapai keuntungan atau laba, sehingga idealnya suatu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang optimal apabila perusahaan tersebut mampu menjual seluruh hasil produk yang ditawarkan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan

Aktifitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Menurut Basu Swastha.

Faktor - faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut :¹⁴

¹³ Ibid, h. 123

¹⁴ Basu Swastha, Op.Cit, hal.129

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.

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual (sales skill)

Sales Skill (keahlian menjual) adalah suatu keahlian yang harus dikuasai oleh salesman untuk menciptakan proses penjualan yang berhasil. Ada yang berpendapat keahlian ini merupakan bakat yang dibawa sejak lahir dan ada pula yang berpendapat semua orang dapat menjadi ahli dalam penjualan jika berusaha keras belajar dan memperaktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.¹⁵

Salesman skill merupakan salah satu modal penting yang harus dimiliki oleh seseorang yang bekerja atau bertugas sebagai marketer. Orang yang melakukan pemasaran memang membutuhkan skill yang baik, hal ini tentunya agar mereka tidak cepat putus asa, lemah mental dan sebagainya saat mendapatkan berbagai respon dan konsumen. Indikator dari Kondisi dan Kemampuan Penjual untuk penyusunan spesifikasi tenaga penjualan (Sales Skill) antara lain :

- a) Kemampuan Intelektual, dilihat dari sudut kecerdasan umum, daya menilai dan daya kreasi yang perlu untuk mengenal, memperkenalkan dan menerapkan gagasan-gagasan baru.
- b) Keterampilan bergaul, dalam pekerjaan menjual, sifat terpenting adalah kemampuan bergaul dengan orang banyak dan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka.

¹⁵ Basu, Swastha DH., Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat belas, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), hal.47

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 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.

- c) Kedewasaan, sales skill harus dapat menyesuaikan diri pada pekerjaannya, kemampuan untuk melaksanakan rencana jangka panjang, berhubungan dan sikapnya terhadap wewenang, mengerti dengan objektif kelemahan dan kekuatan sendiri dan cukup stabil menghadapi peran dalam pekerjaan menjual.
- d) Etos kerja, memiliki etos kerja yang tinggi dalam pekerjaan dan mandiri.
- e) Kemampuan spesifik, memiliki kemampuan teknik dan professional spesifik serta memiliki pengalaman, memiliki kondisi kerja yang baik.

2) Kondisi pasar

Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa¹⁶ Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya.¹⁷

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor – faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

¹⁶ Amstrong, Gary & Philip, Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. (Jakarta: Penerbit Prenhalindo,2002),hal 73

¹⁷ Stanton, William J, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yonanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga,2000),hal.51

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) Jenis pasar
 - b) Kelompok pembeli atau segmen pasar
 - c) Daya belinya
 - d) Frekuensi pembeli
 - e) Keinginan dan kebutuhan¹⁸
- 3) Modal

Akan sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau lokasi pembeli jauh dari lokasi penjual. Dalam keadaan seperti ini penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Semua ini dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Berbeda dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain

- 5) Promosi

Faktor - faktor ini, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi

¹⁸ Basu Swastha, *Manajemen penjualan*, Edisi 3, (yogyakarta : BPFE, 2015), hal 130

perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan.

Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baru. Bila mana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya. Perusahaan mempunyai suatu kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Tjiptono (dalam Hersona,dkk)¹⁹

Terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur promosi, yaitu :

a) Penjualan personal (*Personal selling*)

Yaitu personalia bagian penjualan menghubungi pembeli sasaran. Para karyawan termasuk manajer penjualan, *sales executives, sales engineers, detailmen*, memperkenalkan, meyakinkan, menghimbau dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli sasaran.

¹⁹ Hersona, Sony dkk., *Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian* di Lembaga Speaking Karawang. (Jurnal Manajemen,2013: 1150)

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) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan kegiatan promosi yang banyak dilakukan. Kegiatan promosi ini dilakukan secara tidak langsung, yaitu melalui media cetak (terutama surat kabar dan majalah), media elektronika (terutama televisi dan radio) atau media lainnya (misalnya papan reklame, layar, gambar tempel dan sebagainya). Dengan adanya periklanan merupakan strategi yang penting dalam penjualan untuk menarik konsumen agar membeli apa yang ditawarkan perusahaan dengan harapan akan meningkatkan penjualan barang dan jasa.

c) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Dapat berbentuk kombinasi dari pendekatan langsung dan melalui media komunikasi massa. Contohnya pameran atau ekspedisi dengan memamerkan contoh produk ataupun pembagian brosur kepada pengunjung.

d) Hubungan masyarakat (*public relation*)

Dalam promosi berbentuk publikasi, perusahaan menulis artikel tentang produk atau perusahaan mereka dan meminta media massa untuk memuatnya misalnya di koran atau majalah.

e) Pemasaran langsung (*Direct marketing*) dan tersedianya layanan online

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.

Penggunaan surat, telepon, e-mail, faximile dan alat penghubung non personil lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu. Promosi sekarang lebih diterima manajemen puncak sebagai alat penjualan yang efektif. Semakin banyak manajer produk memenuhi syarat untuk menggunakan alat promosi penjualan dan manajer-manajer produk menghadapi tekanan yang makin besar untuk meningkatkan penjualan saat ini.

c. Tujuan Penjualan

Menurut Basu Swastha dan Irawan²⁰, mengemukakan bahwa perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu :

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu
- 2) Mendapat laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha – usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerjasama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

²⁰ Basu Swastha, *Manajemen penjualan*, Edisi 3, (Yogyakarta : BPFE, 2015), 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.

d. Jenis dan bentuk penjualan

Basu Swastha²¹ mengelompokkan jenis penjualan sebagai berikut :

- 1) *Trade selling*. Penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.
- 2) *Missionary Selling*. Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang – barang dari penyalur perusahaan.
- 3) *Technical Selling*. Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- 4) *New Businies Selling*. Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- 5) *Responsive Selling*. Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving and retailing. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

²¹ *Ibid*, h.11.

Selain dari jenis-jenisnya juga terdapat bentuk-bentuk dari pada penjualan antara lain:

1) Penjualan tunai.

Penjualan yang bersifat cash dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2) Penjualan Kredit.

Penjualan non cash, dengan tenggang waktu tertentu, rata-rata diatas satu bulan.

3) Tender.

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4) Penjualan Ekspor.

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas letter of credit.

5) Penjualan secara Konsinyasi.

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

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.



6) Penjualan secara Grosir.

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau Importir dengan pedagang eceran.

3. Strategi Penjualan

a. Pengertian strategi penjualan

Dalam pengertian sempit, strategi penjualan adalah serangkaian cara tertentu yang dikembangkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan jangka pendek perusahaan. Sedangkan dalam arti luas, strategi penjualan terdiri dari tujuan, dan taktik. Tujuan merupakan yang dicari, strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang dicari.

Strategi penjualan merupakan suatu wujud rencana yang dilakukan. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi penjualan ini mempunyai ruang lingkup yang sempit di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi menghadapi persaingan, strategi produk, strategi harga.²²

Strategi penjualan dapat dipahami sebagai logika pemasaran yang dengannya unit usaha berharap dapat mencapai tujuan pemasarannya. Strategi penjualan merupakan bagian strategi pemasaran yang memiliki rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan

²² A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Jogjakarta: Amara Boob, 2003)

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.



Pemasaran suatu perusahaan.²³ Dengan kata lain, strategi penjualan adalah serangkaian tujuan dan sasaran suatu perusahaan untuk menghadapi lingkungan dan mencapai tujuan jangka pendek. Strategi penjualan merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan merupakan proses perencanaan perusahaan yang memberikan dampak atau pengaruh terhadap peningkatan atau perkembangan nilai penjualan suatu perusahaan itu. Dengan adanya strategi penjualan dapat memberikan nilai tambah dalam peningkatan keuntungan penjualan.

Menurut Swasta dan Irawan mengatakan bahwa: “Penjualan adalah perencanaan, pengarahan, dan pengawasan personal selling, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervise, pembayaran dan motivasi sebagai tugas diberikan pada para tenaga penjualan”.²⁴

Ada lima cara yang dapat digunakan perusahaan dalam memasarkan dan menjual produk dan jasanya:²⁵

- 1) Penjualan personal (*personal selling*)
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

²³ Sofjan Assauri, op.cit, h. 168.

²⁴ Tegar Wahyu Kusuma, “Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta” Dalam Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi, Vol. 2, No. 1, 2015, h.

²⁵ Julia Cummins. *Promosi Penjualan*, Cet. I; Tengerang, Binarupa Aksara 2010, h. 17.

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.

- 3) Iklan (*advertising*)
- 4) Pemasaran langsung (*direct marketing*)
- 5) Publisitas (*publiciry*)

b. Faktor Faktor Penentu Strategi Penjualan

- 1) Target pasar

Penentuan pasar sasaran atau *targeting* merupakan kegiatan mengevaluasi dan memilih pasar yang akan dijadikan sasaran penawaran produk-produk perusahaan. Keputusan menentukan pasar mana yang akan dilayani merupakan keputusan strategi bisnis yang paling menentukan. Pilihan strategi ini diimplementasikan oleh keputusan manajemen tentang bagaimana bersaing dalam setiap produk pasar yang diminati. Keputusan pemasaran strategi adalah memilih pembeli mana yang akan dituju dalam setiap produk pasar dan bagaimana menentukan posisi produk perusahaan untuk setiap pasar sasaran.

Targeting adalah menentukan segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan. Evaluasi terhadap daya tarik segmen pasar dapat dilakukan dengan menggunakan sembilan kriteria yang bisa dikelompokkan menjadi tiga faktor utama, yaitu ukuran dan potensi pertumbuhan segmen, karakteristik struktural segmen, dan kesesuaian antara produk dan pasar.²⁶

²⁶ Doni Juni Priansah, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Pustaka Seta, Bandung 2017. h.

2) Jenis produk

Jenis produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di perhatikan, dipakai, dimiliki, atau di konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

3) Sistem pemasaran

Sistem pemasaran adalah bagaimana perusahaan mencapai target dalam pemasaran. Sistem ini terdiri dari serangkaian proses dan tindakan yang memungkinkan perusahaan memasarkan barang dan jasa mereka kepada orang-orang.

Pemasaran juga adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.²⁷ Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi dan pendistribusian produk, pelayanan dan ide yang ditujukan untuk menciptakan kepuasan di antara perusahaan dan para pelanggannya. Di dalam sistem pemasaran ada bauran marketing mix Menurut Tjiptono²⁸ bauran Marketing mix dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut :

²⁷ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 341.

²⁸ Fandy Tjiptono , *strategi pemasaran* edisi ke-2, cet. Pertama, (yogyakarta: Andi offset, 1997) h..222.

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) Produk

Salah satu tugas utama dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka diminta bertindak sebagai “mata” dari perusahaan dan secara konstan memberikan saran perbaikan yang diperlukan desain produk. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat melalui atribut produk yaitu unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian meliputi (merek, kemasan, jaminan, pelayanan dll).²⁹

Definisi Produk menurut Kotler³⁰ Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.³¹Strategi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya yaitu:³²

²⁹ *ibid*,hal 103

³⁰ Kotler Philip,*Marketing Management* 11 th Edition. (Prentice Hall.Inc New Jersey,2003),hlm.7

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 52

³² Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media, 2003), h. 78

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.

(1) Penentuan logo dan motto

Logo merupakan ciri khas suatu produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi perusahaan dalam melayani masyarakat. Baik logo ataupun motto harus dirancang dengan benar, pertimbangan pembuatan logo dan motto yaitu: logo dan motto harus menarik dan mudah diingat.

(2) Menciptakan merek

Merek produk merupakan suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu produk tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Tidak lupa harus memperhatikan faktor-faktor dalam menciptakan merek agar lebih menarik merek harus mudah diingat, terkesan hebat dan modern serta menarik perhatian konsumen.

(3) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk, penciptaan kemasanpun harus memenuhi berbagai persyaratan seperti kualitas kemasan, bentuk dan warna dan kemasan tersebut.

(4) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dan

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.

kemasan. Label harus menjelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat kapan dibuat, cara menggunakan, waktu kadaluarsa dan informasi lainnya.

b) Harga

Merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhannya. Penetapan suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen agar mau membeli dalam jumlah yang lebih banyak. Indikator yang digunakan dalam penetapan harga menurut Kotler dan Amstrong antara lain :³³

(1) Penetapan Harga Jual

Keputusan penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli. Penetapan harga yang berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besar nilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.

(2) Elastisitas Harga

Seberapa responsif permintaan terhadap suatu perubahan harga. Jika permintaan hampir tidak berubah

³³ Philip kotler,2005, *Manajmen pemasaran*, jilid I dan II , Jakarta : PT Indeks,hal 452

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.

karena sedikit perubahan harga, maka permintaan tersebut tidak elastis/inelastis. Jika permintaan berubah banyak, kita menyebut permintaan tersebut elastis. Semakin tidak elastis permintaan semakin besar kemungkinan penjual menaikkan harga

(3) Pertumbuhan Harga Pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen yang cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai produk pembanding sejenis lainnya.

Adapun tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut.³⁴

1) Untuk Bertahan Hidup

Dalam hal ini tujuan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran, dengan catatan harga murah tapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2) Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan.

³⁴ Kasmir dan Jakfar, op.cit, h. 108.

Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk Memperbesar Market Share

Menentukan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkatkan dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan

4) Mutu produk

Tujuan adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dan kualitas pesaing Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

5) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

c) Tempat

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung yang saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan

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.

melakukan operasi Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang mudah dijangkau dengan kata lain strategis.³⁵

Untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran, keempat unsur dan bauran pemasaran tersebut tidak boleh dipisahkan. Strategi bauran pemasaran harus saling berkaitan sehingga hasil akhir dan itu adalah kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan pelanggannya akan mendapat kepercayaan dan loyalitas dan pelanggan tersebut.

d) Promosi

Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, membujuk, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan.

4) Riset dan evaluasi

Di dalam usaha diperlukan juga riset dan evaluasi. Riset adalah proses yang perlu dilakukan sebelum memulai bisnis maupun usaha. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang objektif dan akurat untuk selanjutnya dapat dijadikan acuan dalam membuat keputusan. Sedangkan evaluasi adalah suatu penilaian yang komprehensif dan sistematis terhadap lingkungan pemasaran, tujuan, strategi, dan aktivitas-aktivitas perusahaan untuk menentukan peluang dan permasalahan yang terjadi, serta

³⁵ Philip Kotler, op.cit, h. 63

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.



merekomendasikan rencana tindakan untuk meningkatkan pemasaran usaha.

5) Membangun sebuah strategi penjualan

Di dalam usaha juga memerlukan strategi penjualan yang dimana strategi penjualan itu adalah perencanaan dengan penuh perhitungan agar penjualan produk dan jasa meningkat. Strategi penjualan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang di jual. Strategi penjualan tidak sebatas pelanggan membeli produk, tetapi bagaimana caranya agar pelanggan tersebut datang kembali untuk membeli produk lagi. dan penjualan yang terus meningkat. Maka dari itu diperlukannya strategi penjualan, seperti berikut: ³⁶

- a) Tentukan target market
- b) Buat rencana penjualan
- c) Menggunakan teknik bauran mix 4p
- d) Promosi
- e) Bekerja sama dengan Influencer untuk Meningkatkan Brand Awareness
- f) Memberikan diskon, giveaway atau potongan harga
- g) Memperhatikan kualitas produk dan mengikuti trend
- h) Memberikan pelayanan yang terbaik
- i) Menggunakan platform digital

³⁶ <https://graduate.binus.ac.id/2022/05/31/perlukah-strategi-penjualan-berikut-5-strategi-yang-bisa-anda-pakai/> di akses pada 6 maret 2023 pukul 17.41

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.



- j) Memperdalam strategi kompetitor
- k) Mengevaluasi strategi secara berkala

4. Konsep Penjualan dalam Perspektif Islam

Kegiatan Penjualan dalam konsep Islam memiliki prinsip yang dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan yang Maha Esa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum bukan untuk kepentingan golongan atau pribadi. Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip bukhar Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dan seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.³⁷

Dalam melakukan transaksi ekonomi baik melakukan penjualan maupun pemasaran dalam berdagang, Rasulullah saw telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keIslaman. Dalam melakukan praktek ekonomi, Islam melarang melakukan tindakan kebatilan yang dapat merugikan orang lain. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah swt.

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.

³⁷ Kamaruddin. *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam*. Dalam jurnal *Laa Maisyir*, Vol. 4, No. 1, Juni 2017 h. 84

QS An-nisa (4):29³⁸

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

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.

Berdasarkan ayat di atas, Allah swt melarang keras hambanya untuk memakan harta yang haram kecuali dengan jalan yang benar Maka dan itu Islam mendorong ummatnya untuk berdagang. Dalam Islam berdagang sangat penting. Begitu pentingnya Allah swt menunjuk Nabi Muhammad Saw sebagai seorang pedagang yang sukses sebelum diangkat menjadi Nabi. Maka berdaganglah selama perdagangan itu dijalankan dengan jalan yang benar dan sesuai dengan syariat Islam dan tidak dengan jalan yang bathil.

Penjualan maupun Pemasaran dalam Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Bahkan Nabi Muhammad saw sendiri menjadi seseorang pedagang yang profesional yang menunjang tinggi kejujuran “al-amin” (yang terpercaya). Setelah Muhammad saw menjadi Rasul, dan masyarakat Muslim Ber-

³⁸ <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29> di akses pada 7 maret 2023 pukul 15.40

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.

hijrah ke Madinah, Rasulullah bergeser menjadi pengawas pasar atau al-muhtasib.

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, baik melakukan penjualan maupun pemasaran dalam berbisnis Islam mengajarkan bahwa didalam etika bisnis Islam hendaknya memiliki nilai-nilai Islam seperti:

a. Jujur

Jujur merupakan sikap dasar yang dilakukan Nabi dalam melakukan transaksi ekonomi, baik dalam hal bisnis maupun kehidupan sehari-hari; Seorang pegawai yang jujur akan mendapat nilai lebih di mata para atasannya, sebuah perusahaan yang jujur akan mendapatkan kepercayaan dan para pelanggannya.³⁹ Islam mengajarkan bahkan menuntut bagi pelaku bisnis untuk senantiasa bersikap jujur dalam berbisnis. Nilai kejujuran merupakan nilai yang memiliki peranan penting dalam upaya mewujudkan kinerja yang berkualitas. Dengan kejujuran segala bentuk usaha dalam berbisnis akan memberikan nilai yang gemilang bagi semua oknum yang berkepentingan. Karena sikap jujur adalah kunci utama dan kepercayaan pelanggan.

b. Adil

Adil merupakan suatu sikap yang dilakukan dengan memberikan hak kepada orang lain sesuai dengan porsi atau seharusnya. Dalam melakukan strategi penjualan maupun strategi pemasaran seorang pebisnis dituntut untuk memberikan keadilan

³⁹ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad* (Bandung: PT Karya Kita, 2007) h. 95

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.



kepada semua pelaku ekonomi baik pelanggan maupun pesaing. Sehingga nilai keadilan senantiasa dijunjung dalam praktek ekonomi Adil yang sesungguhnya adalah sebuah keadaan menguntungkan dan menyenangkan pada kedua belah pihak dan mereka rela pada keadilan tersebut, bukan keadilan yang hanya menyenangkan satu pihak saja.⁴⁰

c. Nilai Profesionalisme

Salah satu elemen penting yang harus diperhatikan perusahaannya itu menjaga citra perusahaan. Citra ini dapat terjaga manakala para pengurus dapat mengelola dan memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada masyarakat bahwa disamping mampu memberikan pelayanan yang baik juga mampu menjunjung tinggi nilai-nilai kepatuhan dan tanggung jawab sosial antara lain tercermin dan cara mereka bekerja. Seorang pemimpin dituntut memiliki jiwa profesionalisme dengan senantiasa memberikan tuntunan atau pun contoh kepada bawahan dalam bekerja. Seorang pemimpin yang profesional juga harus mengerti dan meyakini dengan benar semua hal yang berhubungan dengan pekerjaan tersebut.⁴¹

Perkembangan ekonomi syariah sendiri mampu mengembalikan nilai-nilai Islam ditengah-tengah kehidupan perekonomian masyarakat. Dalam berbisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Rasullulah saw sendiri telah

⁴⁰ Ibid, h. 119.

⁴¹ Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad* (Bandung: PT Karya Kita, 2007) h. 126.

memberikan contoh cara-cara yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah serta tetap memperoleh keuntungan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan atau hukum dalam melakukan suatu bisnis. Rasullulah saw adalah profil kesuksesan dalam melakukan spritualisasi penjualan.

Tujuan utama yang ingin dicapai oleh agama Islam dalam aspek penggunaan barang-barang kebutuhan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Setiap individu dapat berbelanja sesuai kebutuhan agar dapat hidup dengan baik.
- b. Membeli barang yang halal saja
- c. Penggunaan barang ekonomi jangan sampai pada taraf mubazir, begitu juga penggunaannya jangan sampai berlebihan.

Dalam Ekonomi Islami yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, maka bentuk transaksinya menjadi nilai ibadah dihadapan Allah swt. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:⁴²

- a. Shiddiq

Shiddiq berarti jujur atau benar, dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad saw selalu menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa bahwa tertipu. Akibatnya, mereka tidak

⁴² Aqil Barqi yahya, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 5, No. 1, (2020), h. 95.

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.

akan bertransaksi bisnis lagi. Akibatnya, lambat laun bisnis pun akan hancur. Dalam manajemen pemasaran modern, karakter siddiq sangat menentukan terciptanya layanan informasi secara benar. Bahkan, karakter Shiddiq merupakan dasar yang harus menyertai aktivitas bisnis. Dengan jiwa Shiddiq hak atau kepentingan pelanggan tetap terpenuhi.

b. Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya. Dalam konteks ini, amanah adalah tidak mengurangi atau menambah sesuatu dari yang seharusnya atau dari yang telah disepakati. Itu bisa terjadi antara penjual dan pembeli, penyewa dan yang menyewakan dan sebagainya. Setiap seorang yang diberi amanah harus benar-benar menjaga dan memegang amanah tersebut.

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya, seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad saw dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad saw selalu memberikan hak pembeli dan orang-orang yang mempercayakan modalnya kepadanya. Dalam dunia marketing, nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai Shiddiq. Bagi perusahaan, pebisnis, dan pekerja, sifat amanah akan membawa keuntungan besar.

Sebab, ketika mitra bisnis atau para pembeli memutuskan untuk membelanjakan uangnya, mereka menganggap pedagang itu dapat dipercaya (amanah). Bersikap amanah mutlak diterapkan dalam setiap

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.

transaksi bisnis atau muamalah. Selain itu, sehebat apa pun strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang bertumpu pada 4P (*product, price, place, dan promotion*) atau 4C (*commodity, customer, competition dan change*) ditempuh, misalnya tidak akan membuahkan sukses tanpa disertai adanya nilai-nilai amanah.

c. Fatanah

Fatanah berarti cakap atau cerdas. Pebisnis yang cerdas mampu memahami peran dan tanggung jawab bisnisnya dengan baik. Dia pun mampu menunjukkan kreatifitas dan inovasi guna mendukung dan mempercepat keberhasilan. Seiring itu, pebisnis yang cerdas mampu memberikan sentuhan nilai yang efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan pemasaran. Di dunia bisnis yang penuh persaingan seperti saat ini, kecerdasan dalam berbisnis (kreatifitas dan inovasi) sangatlah vital. Jika tidak, sukses dan keberlangsungan hidup suatu usaha akan terancam.

d. Tabligh

Secara bahasa, tabligh bisa dimaknai dengan menyampaikan. Dalam konteks bisnis, pemahaman tabligh bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Penjual hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Dengan sifat tabligh, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan

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.

kejujuran dan kebenaran. Dengan itu, pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.

Nabi Muhammad saw telah menunjukkan dirinya sebagai pedagang yang argumentatif dan komunikatif. Sehingga banyak mitra bisnis dan pelanggan merasa senang berbisnis dengannya. Lebih dari itu, Nabi Muhammad saw mampu memberi pemahaman kepada mereka perihal bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai 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.

5. Kearifan Lokal

a. Pengertian Kearifan Lokal⁴³

Kearifan lokal (local wisdom) dalam disiplin antropologi dikenal juga dengan istilah local genius. Local genius ini merupakan istilah yang mula pertama dikenalkan oleh Quaritch Wales. (Ayatrohaedi, 1986). Para antropolog membahas secara panjang lebar pengertian local genius ini. Antara lain Haryati Soebadio mengatakan bahwa local genius adalah juga cultural identity, identitas/kepribadian budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri (Ayatrohaedi, 1986:18-19).

Sementara Moendardjito (dalam Ayatrohaedi, 1986:40-41) mengatakan bahwa unsur budaya daerah potensial sebagai local genius karena telah teruji kemampuannya untuk bertahan sampai sekarang.

⁴³ Siti Nur Azizah, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)" *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, Vol. 17, No. 2, (2017), h.

Kearifan lokal berasal dari dua kata yaitu kearifan (wisdom) dan local (local) secara umum maka local wisdom (kearifan setempat) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat (local) yang bersifat bijaksana penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan local terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal.

Kearifan lokal dapat diterjemahkan sebagai karya akal budi, perasaan mendalam, tabiat, bentuk perangai dan ajuran untuk kemuliaan manusia. Penguasa atas kearifan lokal akan mengusung masyarakat untuk semakin berbudi luhur, baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

b. Kearifan Lokal Menurut Ekonomi Islam⁴⁴

Kearifan lokal adalah, kebenaran yang telah mentradisi atau ajeg dalam suatu daerah. Kearifan lokal merupakan perpaduan antara nilai-nilai suci firman Tuhan dan berbagai nilai yang ada. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas. Kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan

⁴⁴ Rahmani timorita Yulianti, "Ekonomi Islam Dan Kearifan Lokal" jurnal FIAI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. (2010), h. 104.

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.

pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat universal.

Kearifan lokal dimaknai juga sebagai adat yang memiliki kearifan atau al- ‘addah al-ma’rifah, yang dilawankan dengan al- ‘addah al-jahiliyyah. Kearifan adat dipahami sebagai segala sesuatu yang didasari pengetahuan dan diakui akal serta dianggap baik oleh ketentuan agama. Adat kebiasaan pada dasarnya teruji secara alamiah dan niscaya bernilai baik, karena kebiasaan tersebut merupakan tindakan sosial yang berulang-ulang dan mengalami penguatan (reinforcement).

Banyak ungkapan dan perilaku yang bermuatan nilai luhur, penuh kearifan, muncul di komunitas lokal sebagai upaya dalam menyikapi permasalahan di semua aspek kehidupan termasuk ekonomi, yang dialami oleh masyarakat tersebut.

Kearifan lokal dalam perspektif hukum ekonomi Islam adalah ‘urf. Secara etimologi ‘urf berarti baik, kebiasaan dan sesuatu yang dikenal. ‘Urf sering diartikan dengan segala sesuatu yang sudah saling dikenal di antara manusia yang telah menjadi kebiasaan atau tradisi, baik bersifat perkataan, perbuatan atau dalam kaitannya dengan meninggalkan perbuatan tertentu. ‘Urf tidak terjadi pada individu tetapi merupakan kebiasaan orang banyak atau kebiasaan mayoritas suatu kaum dalam perkataan atau perbuatan. ‘Urf bukan kebiasaan alami, tetapi muncul dari praktik mayoritas umat yang telah mentradisi.

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.

Para ulama membagi 'urf menjadi dua, yaitu 'urf shahih dan 'urf fasid. 'Urf shahih adalah 'urf yang tidak bertentangan dengan Al-Quran dan Al-Hadis, yang sifatnya tidak menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal. Misalnya saling pengertian manusia atau kebiasaan manusia mengenai transaksi jual-beli secara borongan, pemilik toko mengantarkan barang belian yang berat/besar, ke rumah pembeli seperti lemari, kursi, dan peralatan rumah tangga yang berat lainnya tanpa dibebani biaya tambahan, jual beli TV, radio, mobil dan barang-barang elektronik lainnya dengan garansi. Demikian pula dengan persewaan kamar mandi umum yang tidak dipersoalkan sedikit banyaknya air yang digunakan, meskipun harga sewanya sama.

Sedangkan 'urf fasid adalah 'urf yang bertentangan dengan Al-Quran dan Al-Hadis serta menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal. Sebagai contoh manusia saling mengerti untuk melakukan perbuatan negatif dalam hal utang-piutang dengan menambahkan bunga pada saat pengembalian, memberikan suap pada saat melamar pekerjaan dan sebagainya. Para ulama telah sepakat bahwa seorang mujtahid dan seorang hakim harus memelihara urf shahih yang ada di masyarakat dan menetapkannya sebagai hukum. Para ulama juga menyepakati bahwa 'urf fasid harus dijauhkkan dari pengambilan dan penetapan hukum.

Dengan demikian 'urf fasid harus dihindari karena melestarikan 'urf fasid berarti menentang hukum syara' atau membatalkan

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.



ketentuan syara'. Dari paparan tersebut di atas dapat dipahami bahwa, 'urf shahih bisa menimbulkan sebuah hukum baru dengan berlandaskan ijtihad ulama yang berpendapat bahwa 'urf shahih tidak bertentangan dengan hukum Islam dengan kaidah fikih yang biasa disebut Al-'Adah Muhakkamah yaitu "adat dapat dijadikan pertimbangan dalam menetapkan hukum."

Dari pembahasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa, antara kearifan lokal dan 'urf shahih mempunyai titik temu yang sangat jelas, karena kearifan lokal adalah gagasan-gagasan setempat (local) dan perilaku yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Demikian pula 'urf yaitu, segala sesuatu yang sudah saling dikenal di antara manusia yang telah menjadi kebiasaan atau tradisi, baik bersifat perkataan, perbuatan atau dalam kaitannya dengan meninggalkan perbuatan tertentu.

Berpijak dari titik temu tersebut maka, perilaku ekonomi yang selama ini telah menjadi kearifan lokal dan tidak bertentangan dengan hukum dan prinsip prinsip ekonomi Islam, bisa menambah pengembangan khazanah keilmuan dalam ekonomi Islam dalam merespon perkembangan jaman.

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

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang di buat oleh peneliti :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian Dan Perbedaan penelitian
1.	Ulfia (2019)	Strategi penjualan dalam meningkatkan volume penjualan usaha rumah makan ayam geprek jensud di kota palopo	hasil penelitian ini, 1) kekuatan usaha ayam geprek Kota Palopo memiliki kualitas produk yang terjamin, lokasi usaha yang strategis, sumber daya manusia yang berkualitas, dan jenis kuliner yang banyak diminati masyarakat. Sedangkan yang menjadi kelemahan usaha Ayam Geprek Palopo yaitu belum menerapkan system perencanaan strategi yang maksimal dan kurangnya pemanfaatan system teknologi dalam usaha. 2) Peluang yang dimiliki Usaha Ayam Geprek yaitu usaha kuliner terkhusus berbahan baku ayam memiliki pangsa pasar yang luas karena sangat diminati masyarakat. Sedangkan yang menjadi ancaman Usaha Ayam Geprek yaitu banyak pesaing baru. Sehingga menyebabkan konsumen memiliki kekuatan dalam menentukan pilihan. usaha ayam geprek sebaiknya menerapkan system perencanaan strategi yang maksimal dan melakukan pemanfaatan system teknologi dalam usaha. Perbedaan : Perbedaan antara

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.



No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian Dan Perbedaan penelitian
			<p>penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terdapat pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada Strategi penjualandalam meningkatkan volume penjualan usaha rumah makan sedangkan penelitian penulis berfokus pada strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban dan perbedaan lainnya terdapat pada objek penelitian objek penelitian penulis adalah strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban ditinjau dari perspektif ekonomi syariah sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah strategi meningkatkan volume penjualan usaha rumah makan ayam geprek.</p>
2.	Santy Permata Sari (2020)	Strategi meningkatkan penjualan di era digital	<p>Hasil penelitian, Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen di era ini sudah siap dengan model pembelian secara online. Alasan dasarnya adalah kenyamanan. Kenyamanan yang dimaksud berkaitan dengan atribut pemasaran seperti dapat dilakukan dimana saja, hemat waktu dan uang, harga lebih murah, cara pembayaran fleksibel, dan pelayanan lebih ramah.</p> <p>Perbedaan : perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terdapat pada penelitian terdahulu lebih berfokus pada strategi meningkatkan penjualan di era digital saja sedangkan penelitian penulis tidak hanya berfokus pada strategi meningkatkan penjualan di era digital saja</p>

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.



No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian Dan Perbedaan penelitian
			<p>melainkan offline juga dan perbedaan lainnya terdapat pada objek penelitian objek penelitian penulis adalah strategi penjualan produk kearifan lokal songket halaban ditinjau dari perspektif ekonomi syariah sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah strategi meningkatkan penjualan di era digital.</p>
3.	Ardiansyah (2022)	Strategi Penjualan Ikan Kering Di Pasar Terapung Tembilahan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah	<p>Hasil penelitian menyatakan bahwasanya strategi penjualan ikan kering di pasar terapung tembilahan masih ada beberapa pedagang yang menjual dagangannya dari mulut ke mulut. Karena hal ini sangat membantu untuk memajukan dagangan. dalam berdagang pedagang harus berperilaku jujur dan adil. Terlihat pedagang tidak boleh bohong dan kualitas ikan yang di jual harus bagus supaya tidak merugikan si pembeli. Dapat disimpulkan Hasil nya bahwa pedagang ikan kering sudah menggunakan strategi pemasaran melalui promosi dari mulut ke mulut dan media sosial. Sebagian pedagang Ikan Kering di Pasar Terapung Tembilahan sudah menggunakan Prinsip Jual beli dalam Perspektif Ekonomi Islam</p> <p>Perbedaan : perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terdapat pada hasil penelitian dimana penelitian penulis membahas mengenai strategi penjualan produk kearifan lokal khususnya usaha songket halaban. Selain itu hasil dari penulis juga</p>

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.



No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian Dan Perbedaan penelitian
			membahas mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha songket halaban.
4.	Abdul Hamid (2021)	Strategi penjualan produk kamera di toko gudang kamera pekanbaru	<p>Hasil penelitian, Untuk strategi penjualan yang dilakukan oleh toko gudang kamera pekanbaru Riau dalam melakukan penjualan kamera yaitu dengan memaksimalkan peluang yang ada dalam situasi pandemi dengan unsur unsur strategi penjualan yang meliputi product (produk), promotion (promosi) price (harga), dan place (lokasi) serta memanfaatkan media sosial sebaik mungkin dalam bidang promosi, baik itu dari promosi produk, promosi harga dengan penawaran discount serta serta layanan service.</p> <p>Perbedaan: penelitan yang di lakukan oleh Abdul Hamid ini berfokus pada strategi penjualan produk kamera sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada strategi penjualan produk kearifan lokal songket.</p>

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 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.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan kualitatif. Menurut Sugiono,⁴⁵ penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif.

Menurut Saryono, Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.⁴⁶

Penelitian kualitatif adalah tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan perilaku nyata. Yang diteliti dan dipelajari adalah objek penelitian yang utuh, sepanjang hal tersebut mengenai manusia atau menyangkut sejarah kehidupan manusia.

B. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini bersifat lapangan (*Field Research*), yang dilakukan di (Kabupaten Lima Puluh Kota Kecamatan Lareh Sago Halaban Nagari Halaban. Kode pos 26262) terhadap pemahaman tentang Strategi

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 51

⁴⁶ Nursapiah, *penelitian kualitatif* (medan sumatera utara: Wal ashri publishing, 2020),

Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian adalah pemilik usaha songket, wali nagari, tokoh pengembang songket di Nagari Halaban.
2. Objek penelitian adalah strategi penjualan produk kearifan lokal Songket Halaban.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah menurut Gregory⁴⁷ secara lebih tajam mengartikan populasi sebagai keseluruhan objek yang relevan dengan masalah yang diteliti. Adapun Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 5 orang selaku pemilik usaha songket, 1 orang wali nagari, 1 orang tokoh pengembang songket. Sehingga total populasi dalam penelitian ini berjumlah 7 orang.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya secara representatif. Konsep sampel yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah sampel yang diambil dari populasi yang benar- benar representatif (mewakili), agar apa yang akan dipelajari

⁴⁷ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makasar: Syakir Media Press, 2021), h. 130.

dari sampel tersebut kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi.⁴⁸ Adapun sampel dalam penelitian ini adalah semua yang terlibat dalam usaha songket halaban yaitu terdiri dari 5 pemilik usaha, 1 orang wali nagari, 1 orang tokoh pengembang songket. Sehingga total sampel dalam penelitian ini berjumlah 7 orang.

Tabel III.1
Sampel Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Eka Lestari	Pemilik usaha Rumah Songket Eka
2.	Wirdaningsih	Pemilik usaha Mandai Songket
3.	Harlini	Pemilik usaha Harlini Songket
4.	Sultinah Khairiyah	Pemilik usaha Songket puti sariau
5.	Evi Novita	Pemilik usaha Evi Songket
6.	M. Fakhurrazi	Wali Nagari Halaban
7.	Nini	Pengembang Songket Halaban

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *total sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana besar sampel sama dengan populasi.⁴⁹

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif yang menghasilkan deskriptif berupa ucapan ataupun tulisan dari orang yang terlibat dalam objek dan kajian kepustakaan.

⁴⁸ Ibid, h. 131.

⁴⁹ Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, (bandung: alfabeta,2013),

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.

2. Sumber data

Data primer yaitu data yang didapatkan atau dikumpulkan seseorang yang melakukan penelitian atau latar yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian. Data diperoleh langsung dari sumber utama, melalui wawancara kepada pihak yang bersangkutan seperti pemilik usaha songket, wali nagari, tokoh pengembang songket yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada berupa literatur, daftar bacaan, dan referensi. Data biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan peneliti terdahulu yang berkaitan dengan Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode agar diperoleh data yang lengkap. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya ialah :

1. Obesevasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit.

Karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya.

Dari pemahaman observasi atau pengamatan di atas, sesungguhnya apa yang dimaksud dengan metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.⁵⁰ Observasi sebagai alat pengumpulan data ini banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan. Teknik pelaksanaan observasi ini dapat dilakukan secara langsung yaitu pengamat berada langsung bersama objek yang diselidiki dan tidak langsung yakni pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang diselidiki.⁵¹

Pada penelitian ini penulis melakukan observasi awal ke lokasi penelitian yaitu 5 pemilik usaha songket. Langkah observasi ini penulis lakukan untuk mengetahui strategi penjualan produk kearifan lokal “songket halaban” ditinjau menurut perspektif ekonomi syariah.

2. Wawancara

Yaitu dengan mengadakan pertanyaan secara langsung kepada responden dengan wawancara langsung yang berhubungan dengan

⁵⁰M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2008, h. 115.

⁵¹Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, h. 84.

permasalahan permasalahan yang diteliti. Orang yang diwawancarai yaitu seperti pemilik usaha songket, wali nagari, tokoh pengembang songket karena terlibat dalam strategi penjualan produk kearifan lokal “Songket Halaban”. Dengan teknik ini diharapkan peneliti mengerti apa saja hal-hal dibalik yang diungkapkan subjek dengan demikian informasi yang diperoleh akan lengkap dan utuh.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang didapatkan dari hasil laporan dan keterangan secara tertulis, tergambar, dan terekam. Selain itu dokumentasi juga teknik untuk mendapatkan data pendukung penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu analisa yang dilakukan setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah mengelola data dan menganalisis data. Analisis data adalah pencarian atau pelacakan pola-pola dengan cara menghimpun fakta dan mendeskripsikannya. Selain itu, menurut Sukardi data kualitatif digambarkan dengan cara menggabungkan dan menggabungkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran yang benar tentang sumber datanya. Analisis ini dilakukan terhadap semua data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

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.

H. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Geografis Nagari Halaban

Nagari Halaban termasuk dalam wilayah Kecamatan Lareh Sago Halaban, sekaligus merupakan Nagari yang berada di perbatasan Kab. Lima Puluh Kota dengan Kab. Tanah Datar. Wilayahnya terletak pada 6° - 11° Lintang Utara serta berada pada ketinggian 400 s/d 1000 meter dari permukaan laut. Jarak dari ibu kota Kecamatan 7 Km, dari Ibu kota Kabupaten Lima Puluh Kota adalah 28 Km, sedangkan dari Ibu Kota Provinsi Sumatera Barat lk 140 Km. Luas Nagari Halaban lk. 63 Km², dengan batas – batas sebagai berikut :⁵²

Sebelah Timur : Berbatas dengan Nagari Ampalu / Kab. Sijunjung

Sebelah Barat : Berbatas dengan Gunung Sago

Sebelah Selatan : Berbatas dengan Kab. Tanah Datar

Sebelah Barat : Berbatas dengan Nagari Tanjung Gadang

Bentuk permukaan Nagari Halaban merupakan daerah perbukitan dan dataran yang bervariasi tingkat kemiringannya. Secara umum kemiringan wilayah Nagari Halaban dibagi atas kemiringan 8-15%, kemiringan 15-30%, kemiringan 30-45% dan kemiringan >45%. Dengan ketinggian 617 diatas permukaan laut.

⁵² Dokumentasi (File Monografi kelurahan) Kantor wali nagari Halaban. Tahun 2023

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.

2. Demografi Nagari Halaban

Nagari Halaban dihuni oleh 4.956 jiwa, yang terdiri dari 2.519 laki – laki dan 2.437 perempuan. Kesemuanya ini terhimpun dalam 1.289 Kepala Keluarga. Pekerjaan yang digeluti oleh Penduduk Halaban adalah 25,7 % Petani/Peternak, 1 % Pedagang, 0,9 % PNS, 0,5 % Pegawai Swasta, 0 % TNI/Polri, 2,3 % Tukang, 0,2 % Bidan, 0,5 % Pensiunan, 9,6 % Pengrajin dan Sisanya adalah Pelajar/Mahasiswa serta Pengangguran.⁵³

3. Keadaan Sosial

Keadaan kultur dan budaya masyarakat di Nagari Halaban pada umumnya memiliki karakteristik yang sama dengan wilayah administrasi lainnya, tatanan kehidupan masyarakatnya, masyarakat Nagari Halaban menganut sistem kekerabatan berdasarkan hubungan Matrilineal. Yakni hubungan kekerabatan dari pihak Ibu. Masyarakat daerah ini hampir seluruhnya pemeluk agama islam kecuali beberapa pendatang. Masyarakat disini bisa diktakan dengan pemeluk agama yang cukup fanatik yang memegang erat aturan-aturan yang ditetapkan oleh Islam dan mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Walaupun adat-istiadat masyarakatnya masih kental, masyarakat di kecamatan ini selalu bersikap ramah dan terbuka. Pada kegiatan-kegiatan ini, para anak nagari selalu diberikan bimbingan serta krgiatan yang sifatnya positif agar budaya asli nagari tidak akan terlupakan dan terhapuskan akibat dari budaya luar.

⁵³ Dokumentasi (File Monografi kelurahan) Kantor wali nagari Halaban. Tahun 2023

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.

4. Keadaan Ekonomi

Pada umumnya masyarakat Halaban bergerak disektor pertanian/peternakan dan kerajinan. Dewasa ini ekonomi masyarakat berangsur membaik. Hal ini disokong oleh adanya irigasi yang baik serta bantuan – bantuan permodalan dari Pemerintah dan Lembaga Keuangan lainnya.

Disektor kerajinan, terutama dikerajinan songket merupakan primadona produksi kerajinan di Nagari Halaban. Hal ini tampak dari kegiatan pemuda pemudi Nagari Halaban disektor ini. Sokongan permodalan dari pemerintah dan Bank Dunia melalui PNPM-MP pun telah berhasil mendongkrak usaha ekonomi kerajinan ini.⁵⁴

5. Sejarah Singkat Songket Halaban

Songket halaban pertama kali di kembangkan oleh ibu Nini pada saat ia berumur 25 tahun ia mulai mengembangkan songket halaban pada tahun 1989. Awalnya ibu Nini adalah orang asli pande sikek yang menikah dengan orang yang berasal dari Nagari Halaban. Awal mula ia mengajarkan tenun songket tersebut adalah kepada kakak ipar nya yang ingin belajar bertenun kepadanya pada awalnya ibu Nini menolak dan kakak iparnya pun memohon agar ibu Nini mau mengajarkannya dan pada akhirnya pun ibu Nini mengajarkan kakak iparnya dengan secara sembunyi sembunyi dikarenakan pada saat itu orang pande sikek tidak

⁵⁴ Dokumentasi (File Monografi kelurahan) Kantor Wali Nagari Halaban. Tahun 2023

boleh mengajarkan bertenun kepada orang yang bukan berasal dari pande sikek itu sendiri.⁵⁵

Maka dari itu ibu Nini pertama mengajarkan kakak iparnya dengan cara sembunyi-sembunyi dan setelah ia mengajarkan kakak iparnya lalu ia juga mengajarkan 4 orang lagi secara sembunyi-sembunyi juga. Setelah ia mengajarkan 5 orang tersebut dan ke-5 orang tersebut telah mahir bertenun maka ada orang yang mengetahui bahwa ibu Nini telah mengajarkan bertenun kepada orang Halaban dan kabar tersebut sampai kepada orang pande sikek.

Dan setelah mendapat kabar tersebut maka orang pande sikek datang ke Nagari Halaban untuk bertemu Dengan Ibu Nini dengan amarah. Dan setelah itu ibu Nini berhenti bertenun dan mengajarkan orang bertenun di Nagari Halaban selama kurang lebih 2-3 tahun dan setelah ada persetujuan atau amarah orang pande sikek mereda ibu Nini mulai mengembangkan kembali tenun songket Halaban secara terang-terangan.

Ibu Nini mulai mengajarkan kembali tenun tersebut mulai dari per jorong/desa dan mulai dari situ lah mulai berkembangnya songket Halaban. Dan untuk belajar bertenun tersebut ada pula persyaratan untuk belajar bertenun tersebut yang memang turun temurun harus dilakukan untuk belajar bertenun tersebut.

Adapun syarat-syarat yang harus diberikan adalah yang pertama adalah beras 1 rantang atau 2 kg, kedua uang sepiak atau 5 ribu pada saat

⁵⁵ Nini, Pengembang Songket Halaban, *Wawancara*, 27 Maret 2023

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

itu, ketiga sirih langok atau daun sirih lengkap (sirih,pinang,gambir), keempat yaitu setelah orang tersebut pandai/telah mahir bertenun maka jika ia sudah membuat kain tenun tersebut telah sampai 5/6 pasang kain maka ia wajib memberikan 1 pasang kain kepada orang yang telah mengajarkannya itu artinya manjapuik kepandaian atau untuk mematisin kepandaian agar kepandaian tersebut tidak hilang.

Dan setelah syarat-syarat tersebut terpenuhi maka baru ia boleh bertenun adapun pada saat itu ibu Nini memulai dengan mengajarkan sekitar 30 motif-motif tenunan dan ibu nini ada sekitar 3 tahunan mengajarkan orang-orang di Nagari Halaban bertenun dan ada sekitar 100 orang yang telah ia ajarkan setelah itu mulai berkembanglah tenunan songket halaban hingga saat ini dan orang-orang di nagari halaban sudah mulai membuat motif motif yang lebih bervariasi dan gardasi warna yang lebih bervariasi.

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 V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan hasil penelitian di atas, tentang Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban ditinjau menurut prespektif ekonomi syariah, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban adapun strategi yang diterapkan oleh usaha-usaha songket halaban yaitu :
 - a. strategi produk usaha songket halaban menerapkan strategi produk seperti menjaga kualitas produk, memahami selera pasar, modifikasi membuat songket lebih bervariasi, songket dibuat langsung siap pakai sehingga memudahkan pelanggan untuk memakainya dan memberikan tutorial cara memakai songket tersebut.
 - b. Strategi place usaha songket halaban menerapkan strategi place (tempat) seperti membuat tempat usaha yang nyaman mungkin untuk konsumen, membuat sependuk usaha agar memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, mengikuti event-event dari pemerintah.
 - c. Strategi price usaha songket halaban menerapkan strategi price(harga) seperti memberikan discount atau potongan harga kepada konsumen, serta memberikan gratis ongkir kepada konsumen.
 - d. Strategi promosi usaha songket halaban menerapkan strategi promosi seperti mempromosikan usaha menggunakan media sosial dan

menggunakan iklan berbayar, memberikan giveaway kepada pengikut di media sosial agar lebih dikenal lagi.

2. Kendala-Kendala Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban

Adapun kendala-kendala yang di hadapi usaha songket halaban yaitu :

- a. sulitnya medistribusikan produk
- b. SDM yang semakin lama semakin berkurang dikarenakan remaja yang banyak kurang meminati bertenun sehingga semakin lama SDM dalam pembuatan songket Halaban berkurang.
- c. Kurangnya pelatihan dan pengembangan SDM sebagai persiapan diri menghadapi perubahan akibat adanya teknologi baru yang semakin canggih di pasaran.
- d. Promosi produk yang belum optimal oleh usaha songket halaban sehingga produk yang dihasilkan belum terlalu dikenali dikalangan masyarakat luas
- e. Biaya bahan baku yang semakin hari semakin mahal
- f. Bahan baku yang sulit di dapatkan karena belum ada di halaban

3. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan berpedoman kepada cara-cara bedagagang ala rasulullah yang berpedomankan kepada sifat-sifat sidiq, amanah, tabligh, dan fatanah.

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. Saran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

1. Di harapkan bagi usaha songket halaban di harapkan dapat memodifikasi songket halaban bukan hanya untuk kalangan orang tua saja melaikan untuk anak muda agar songket halaban tersebut dapat lebih di kenal lebih luas lagi kedepannya di karenakan anak muda adalah generasi yang akan lebih mengenalkan produk kearifan lokal kepada dunia.
2. Di harapkan bagi usaha songket halaban di harapkan lebih memperhatikan lokasi atau tempat usaha songket halaban dan diharapkan mempercantik tempat usahanya agar konsumen lebih nyaman saat berkunjung.
3. Di harapkan bagi usaha songket halaban untuk lebih memperhatikan atau menjaga kekompakan sesama pengusaha songket halaban agar bisa lebih memajukan songket halaban.
4. Di harapkan pengusaha songket halaban untuk lebih giat dan kreatif lagi dalam menghadapi kendala-kendala yang ada sehingga usaha yang di jalankan tidak mengalami kerugian yang signifikan.
5. Bagi usaha songket halaban diharapkan agar lebih meningkatkan strategi promosi mungkin menggunakan media sosial yang sedang tren saat ini seperti tik tok, memakai jasa influencer atau selebgram untuk mempromosikan usaha songket serta melakukan live agar meningkatkan penjualan.
6. Di harapkan kepada pengusaha-pengusaha Songket Halaban untuk mempertahankan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah yang berpedomankan cara berdagang ala Rasullulah.

7. Bagi pemerintah di harapkan lebih memperhatikan sentra songket yang ada di halaban agar di gunakan sebagaimana mestinya.
8. Bagi pemerintah di harapkan agar dapat memberikan pelatihan kewirausahaan atau webinar bagi pengusaha songket halaban dalam mengembangkan usahanya serta pelatihan cara pembuatan bahan baku untuk pembuatan songket agar memudahkan pengrajin mendapatkan bahan baku pembuatan songket.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.





DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdussamad Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makasar: Syakir Media Press, 2021.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2002.
- Buagin, M. Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Handani Nurahmi, *Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi*, Pekanbaru: Suska Press, 2012
- Juni Priansah, Doni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Pustaka Seta, Bandung 2017.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Prenada Media, 2003
- Kotler Philip , *Manajmen Pemasaran*, jilid I dan II , Jakarta: PT Indeks, 2005
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta: Prehallindo, 2002
- Kotler Philip, *Marketing Management* 11 th Edition. Prentice Hall.Inc New Jersey, 2003
- Nasapiah, *Penelitian Kualitatif Medan Sumatera Utara*: Wal Ashri Publishing, 2020
- Statnton, William J, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga, 2000
- Sutiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suyiyono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, bandung: Alfabeta, 2013
- Suherman Eman, *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Swastha Basu dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ke-3, Yogyakarta: Liberty, 2008
- Swastha Basu, *Manajemen Penjualan*, Edisi 3 ,Yogyakarta : BPFE, 2015

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.

- Tazeh. Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Penerbit Teras, 2011.
- Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, Bandung: PT Karya Kita, 2007.
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi Ke-2*, Cet. Pertama, Yogyakarta: Andi Offset, 1997
- Usmara A., *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Jogjakarta: Amara Boob, 2003
- Swastha Basu, DH., Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga belas, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008
- Haridhuddin, Didin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Produk*, Jakarta: Gema Insane Press, 2003
- David, *Manajemen Strategis*, Jakarta : Salemba Empat, 2016
- Cummins, Julia, *Promosi Penjualan*, Cet. I; Tengerang, Binarupa Aksara, 2010
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah : Menanamkan Nilai Dan Praktis Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Dirgantoro Crown, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: PT Grasindo, 2001
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*: Pusat Bahasa, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Selarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama: 2014.
- Siagian, Sondang. *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995
- Syakir Sula, Muhammad, *Asuransi Syariah Life And General*, Jakarta: Gema Insane, 2004
- Hajiadi, Bambang, *Strategi Manajemen*, Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015
- Sondang Siagian, *Manajemen Srategik*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Jurnal/kamus/makalah

- Agil Barqi yahya, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 5, No. 1, (2020), h. 95.
- Hersona, Sony dkk., Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Jasa di Lembaga Speaking Karawang., Jurnal Manajemen,(2013)
- Kamaruddin. Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. Dalam jurnal Laa Maisyir, Vol. 4, No. 1, (Juni 2017), h. 84
- Rammani timorita Yulianti, “Ekonomi Islam Dan Kearifan Lokal” jurnal FIAI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. (2010), h. 104.
- Siti Nur Azizah, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta “Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama, Vol. 17, No. 2, (2017), h. 67.
- Tegar Wahyu Kusuma, “Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta” Dalam Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi, Vol. 2, No. 1,(2015),

2. Website

- JavanLabs, Tafsirq, Artikel diakses pada 7 Maret dari 2023 <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>
- Binus University, Binus University Graduate Program, Artikel diakses pada 6 Maret 2023 <https://graduate.binus.ac.id/2022/05/31/perluakah-strategi-penjualan-berikut-5-strategi-yang-bisa-anda-pakai/>

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.



Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

9. Pertanyaan untuk pemilik usaha
 - Strategi penjualan seperti apa yang bapak/ibu pernah lakukan selama ini ?
 - Strategi penjualan seperti apa yang bapak/ibu lakukan dari segi produk ?
 - Strategi penjualan seperti apa yang bapak/ibu lakukan dari segi harga ?
 - Strategi penjualan seperti apa yang bapak/ibu lakukan dari segi tempat ?
 - Strategi penjualan seperti apa yang bapak/ibu lakukan dari segi promosi ?
 - Apa saja kendala-kendala yang pernah di hadapi oleh bapak/ibu dalam menjalankan usaha songket ini ?
10. Pertanyaan untuk wali nagari
 - a. Bagaimana pendapat bapak dengan usaha songket di halaban ?
 - b. Apa saja kendala-kendala bapak dalam membantu usaha songket halaban ?
 - c. Bagaimana strategi bapak dalam membantu meningkatkan usaha songket di halaban ?
11. Pertanyaan untuk pengembang songket
 - a. Sejak tahun berapa ibu mulai mengembangkan songket di halaban
 - b. Bagaimana awal mula ibu mengembangkan songket di halaban
 - c. Berapa lama ibu mengembangkan songket di halaban
 - d. Apa saja kendala ibu dalam mengembangkan songket di halaban

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

DOKUMENTASI



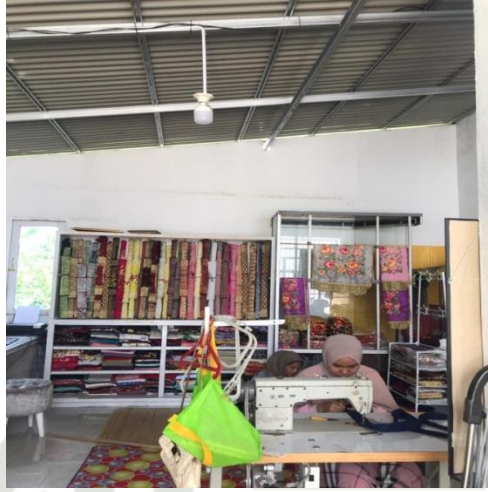
Usaha Evi songket



Usaha songket putih sariau

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.



Riau



State Isl

Usaha rumah songket Eka



arif Kasim Riau

usaha Harlini songket

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.



usaha mandai songket



Dokumentasi dengan wali nagari



Dokumentasi dengan pengembang songket



Dokumentasi Proses Penenunan



©

Suska

St

Syarif Kasim 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.



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal “Songket Halaban” Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : GESTI ANGGREYNI AM
 NIM : 11920520527
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah *dimunaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 26 Juni 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Gedung Dekanat FASIH

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universtitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 3 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak

Penguji I
Wali Saputra, SE.Ak., MA

Penguji II
Musnawati, SE.,M.Ak

Mengetahui:
 Kabag T.U
 Fakultas Syariah dan Hukum



Azmiati, S.Ag.,M.Si

NIP. 19621230 200003 2 003

- 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.



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

bertanda tangan dibawah ini:

: Harlini
: pemilik usaha

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

: Gesti Anggreyni AM
: 11920520527
: Syariah Dan Hukum
: Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Harlini Songket Ingka Di Nagari Halaban, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Halaban, 26 maret 2023
Mengetahui

Harlini

UIN SUSKA RIAU



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

bertanda tangan dibawah ini:

: Evi Novita
: pemilik usaha

ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

: Gesti Anggreyni AM
: 11920520527
: Syariah Dan Hukum
: Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Galery Evi Songket Di Nagari Halaban, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Strategi Penjualan Produk Kerajinan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Halaban, 24 maret 2023

Mengetahui

Evi Novita



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.

bertanda tangan dibawah ini:

: Eka Lestari
 : pemilik usaha

ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

: Gesti Anggreyni AM
 : 11920520527
 : Syariah Dan Hukum
 : Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Rumah Songket Eka Di Nagari Halaban, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Strategi Penjualan Produk Kerajinan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Halaban, 2 april 2023
 Mengetahui

Eka Lestari

UIN SUSKA RIAU



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bertanda tangan dibawah ini:

: Sultinah Khairiyah
 : pemilik usaha

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

: Gesti Anggreyni AM
 : 11920520527
 : Syariah Dan Hukum
 : Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Puti Sariau Songket Di Nagari Halaban, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Strategi Penjualan Produk Karifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Halaban, 24 maret 2023
 Mengetahui

Sultinah Khairiyah

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang menyalin, 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.



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Sebagai berikut ada tangan dibawah ini:

: Wirdaningsih
: pemilik usaha

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

: Gesti Anggreyni AM
: 11920520527
: Syariah Dan Hukum
: Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Mandai Songket Di Nagari Halaban, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ Strategi Penjualan Produk Karifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

Halaban, 27 maret 2023
Mengetahui

Wirdaningsih

UIN SUSKA RIAU

© 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.



Journal of Sharia and Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau

P.O. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>

CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

Journal of Sharia and Law

SURAT KETERANGAN

Journal of Sharia and Law, dengan ini menerangkan bahwa;

: Gesti Anggreyni AM

: gestianggreyni2401@gmail.com

: **Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal "Songket Halaban" Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

: Wali Saputra, SE.Ak., MA (Pembimbing I)

Dra, Nurlaili, M Si (Pembimbing II)

Telah submit dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 16 Juni 2023

An. Pimpinan Redaksi

Haniah Lubis, S.E., ME. Sy

NIP. 198311072019032004

UIN SUSKA RIAU

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
 - 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Untuk tujuan komersial dengan cara apapun.
c. Untuk tujuan lain yang merugikan.

Sains Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 08 Maret 2023

Nomor : 04/F.I/PP.00.9/2924/2023
: Biasa
: (Satu) Proposal
: **Mohon Izin Riset**

Kepada Yth.
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : GESTI ANGGREYNI AM
NIM : 11920520527
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : Nagari Halaban Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal "Songket Halaban" Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Dr. Zukhrif M.Ag
NIP. 197410062005011005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

Dilarang mengutip atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH KABUPATEN LIMA PULUH KOTA
 KECAMATAN LAREH SAGO HALABAN
WALI NAGARI HALABAN

Alamat : Jalan Raya Payakumbuh – Halaban Km. 20,5 – Tembok.

Diindungi Undang-Undang

4132 / 88 / NH-2023

Surat Keterangan Selesai Penelitian

Halaban, 12 April 2023

Yth:

**Bapak Dekan Fakultas
 Syariah dan Hukum
 Universitas Islam Negeri
 Sultan Syarif Kasim Riau**
 Di

Pekanbaru

Dengan hormat,

Sebelumnya kami do'akan semoga Bapak tetap dalam keadaan sehat wal'afiat dan sukses selalu dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin....

Dengan ini kami menyampaikan kepada Bapak bahwa Mahasiswa Program Studi Strata 1/S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan data sebagai berikut :

NAMA : GESTI ANGGREYNI AM
 NIM : 11920520527
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 FAKULTAS : SYARI'AH DAN HUKUM

Telah selesai melaksanakan penelitian Pada 23 Maret s/d 12 April 2023 dengan Judul Penelitian :

Judul Penelitian : **" Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah"**

Lokasi Penelitian: Nagari Halaban Kecamatan Lareh Sago Halaban

Demikian surat keterangan ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Wali Nagari Halaban

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

a. Pengutipan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

SURAT KETERANGAN
Nomor : 570/375-Periz/DPM&PTSP/III/2023

Rekomendasi Penelitian

- Bahwa untuk tertib administrasi dan pengendalian pelaksanaan penelitian dan pengembangan perlu diterbitkan rekomendasi penelitian;
- Bahwa sesuai konsideran huruf a diatas, serta hasil Verifikasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat, berkas Persyaratan Administrasi Penelitian telah memenuhi syarat.

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah;
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian yang telah Dirubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Penerbitan Rekomendasi Penelitian.

Surat Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/2924/2023 tanggal 8 Maret 2023 tentang Mohon Surat Pengantar Izin Penelitian.

Dengan ini menerangkan bahwa kami memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :

Nama : Gesti Anggreyni
Tempat Tanggal lahir : Halaban / 24 Januari 2001
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Nagari Halaban, Kecamatan Lareh Sago Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota
Nomor Kartu Identitas : 640231036401010005
Judul Penelitian : Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah
Lokasi Penelitian : Nagari Halaban Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota
Jadwal penelitian : Maret s.d September 2023

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Wajib menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib di daerah setempat / Lokasi Penelitian;
- Pelaksanaan penelitian agar tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu Kestabilan Keamanan dan Ketertiban di daerah setempat;
- Melaporkan hasil penelitian dan sejenisnya kepada Gubernur Sumatera Barat melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sumatera Barat;
- Jika terjadi penyimpangan dari maksud / tujuan penelitian ini, maka surat rekomendasi ini tidak berlaku dengan sendirinya.

Demikianlah rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 16 Maret 2023

A.n. GUBERNUR SUMATERA BARAT
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU





PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmpmsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/54643
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

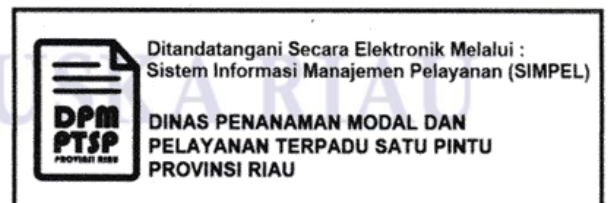
Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permisian Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UIN/PP.00.9/2924/2023 Tanggal 8 Maret 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : GESTI ANGGREYNI AM |
| 2. NIM /KTP | : 11920520527 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : JL.BERINGIN RT 004 RW 001 KELURAHAN SUNGAI SIBAM KECAMATAN PAYUNG SEKAKI KOTA PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : STRATEGI PENJUALAN PRODUK KEARIFAN LOKAL SONGKET HALABAN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : NAGARI HALABAN KECAMATAN LAREH SAGO HALABAN KABUPATEN LIMA PULUH KOTA |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
 - Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
 - Kepala pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.
- Demiikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 10 Maret 2023



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Gubernur Sumatera Barat
3. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Provinsi Sumatera Barat di Padang
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
5. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap penulis adalah Gesti Anggreyni AM. Lahir di Alang Lawas pada tanggal 24 Januari 2001, merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Asrizal dan Ibu Murhayati. Penulis bertempat tinggal di Jalan Beringin Air Hitam, Kecamatan Bina Widya, Kota Pekanbaru. Adapun jenjang pendidikan yang selama ini penulis tempuh yakni Sekolah Dasar di SDN 006 Loa Duri Ulu Kecamatan Loa Janan Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2007-2013, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP IT Insan Utama pekanbaru pada tahun 2013-2016, lalu melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 12 Pekanbaru pada tahun 2016-2019.

Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Selama menjadi mahasiswa, penulis banyak mendapat pengetahuan serta pengalaman berharga. Pada bulan Juli-Agustus 2021 penulis mengikuti program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Pekanbaru Panam. Selain itu pada bulan Juli-Agustus 2022 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kepenghuluan Batera Makmur, Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Penulis melakukan seminar proposal pada tanggal 12 Desember 2022 dan melaksanakan ujian munaqasyah pada tanggal 26 Juni 2023 dengan judul skripsi —Strategi Penjualan Produk Kearifan Lokal Songket Halaban Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” dan dinyatakan Lulus dengan IPK 3,47 dan menyandang gelar sebagai Sarjana Ekonomi (S.E).