

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BATIK DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Toko Batik Sekar Jagad Kebumen)

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Oleh

LULU ADDINA SHAFIA

1921160

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN

TAHUN 2023

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BATIK DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada Toko Batik Sekar Jagad Kebumen)

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Oleh

LULU ADDINA SHAFIA

1921160

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN

TAHUN 2023

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BATIK DITINJAU DARI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada Toko Batik Sekar Jagad Kebumen)

Oleh
Lulu Addina Shafa
1921160

Telah dimunaqosahkan di depan sidang penguji
Pada tanggal.....
Dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata I Ekonomi syari'ah
Pada tanggal.....

Pembimbing


Niken Lestari, M.E.
NIDN 2125049102


Penguji I


Abdul Waid, S.H.I., M.S.I.
NIDN 2116078202


Penguji II


Nur Iman Hakim Al Faqih, M.E.K.
NIDN 2108028901

Ketua Sidang


Aniesatun Nurul Aliefah, S.E.Sy.,
M.E.
NIDN 2124019202

Sekretaris


Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E.
NIDN 2124059401

Mengesahkan

Dean


Abdul Waid, S.H.I., M.S.I.
NIDN 2116078202

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lulu Addina Shafa

NIM : 19.21160

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BATIK
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS TOKO SEKAR JAGAD KEBUMEN)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar-benar hasil penelitian / pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 20 Agustus 2023



(Lulu Addina Shafa)

MOTTO

“Ketika Kamu Kehilangan Tujuanmu. Lihatlah Jalan Yang Telah Kamu Lalui
Selama Ini...”

(Suits)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis sampai pada titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Ibu Masriyah, ibu yang selalu memberikan dukungan sekaligus penyemangat kepada saya dan tak lupa juga berdo'a yang beliau lantunkan selalu demi kebahagiaan saya.
2. Bapak Mujiyono, bapak yang selalu bekerja keras untuk anak-anaknya demi kesuksesan masa depannya.
3. Kakak perempuan dan laki-laki saya dan juga saudara-saudara lain yang selalu menanyakan kapan wisuda.
4. Para sahabat yang selalu memberikan motivasi dan juga rekan-rekan mahasiswa Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pandemi *covid-19* yang mengakibatkan turunnya penjualan pada berbagai macam bisnis. Maka dari itu terjadi perubahan strategi dalam pemasaran terutama dalam strategi pemasarannya, yaitu penggunaan media sosial yang dijadikan jembatan dalam penyampaian informasi terkait produk yang dijual, dengan adanya perkembangan teknologi yang cukup pesat tersebut akan lebih efisien dan efektif dalam memasarkan produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk batik pada toko batik Sekar Jagad dan untuk mengetahui strategi pemasaran produk batik pada toko batik Sekar Jagad ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis data ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta didukung dengan dokumen-dokumen dari berbagai sumber.

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P menunjukkan bahwa strategi produk batik sekar jagad selalu mengedepankan kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik dan melakukan berbagai macam inovasi produk batik. Harga produk batik yang cukup terjangkau, dan sistem pembayaran yang dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Media promosi dilakukan melalui media sosial dan *personal selling*, pemilihan lokasi pemasaran yang cukup strategis serta berbagai fasilitas yang memadai. Strategi pemasaran melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam perspektif ekonomi islam.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Pemasaran Syariah

ABSTRACT

This research is motivated by the co-19 pandemic which resulted in a decline in sales in various businesses. Therefore, there has been a change in marketing strategies, especially in marketing strategies, namely the use of social media which is used as a bridge in delivering information related to the products being sold, with the rapid development of technology that will be more efficient and effective in marketing products. The purpose of this research is to find out how the marketing strategy of batik products at Sekar Jagad batik shop and to find out the marketing strategy of batik products at Sekar Jagad batik shop in terms of Islamic economic perspective. This type of research is qualitative research with a descriptive approach. This data analysis uses descriptive qualitative techniques with data collection methods through interviews, observation, and documentation and is supported by documents from various sources.

Based on the results of the study, the application of the 4P marketing mix strategy shows that the strategy of batik sekar jagad product always prioritizes product quality, provides good service and make various kinds of batik product innovations. The price of batik product is quite affordable, and the payment system can be done online or offline. Promotion media is carried out through social media and personal selling, selection of strategy marketing locations and various adequate facilities. Marketing strategy through marketing mix in Islamic economic perspective.

Keyword : Marketing Strategy, Marketing Mix, Sharia Marketing.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuni-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Batik Ditinjau Dari Perspekti Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Batik Sekar Jagad Kebumen)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam menerapkan atau mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan dibangku perkuliahan dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang dimiliki, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi tersebut tentulah masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, semua itu dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan karya ilmiah selanjutnya di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan dukungan baik fisik maupun mental, serta motivasi dan dorongan dalam menyusun tugas akhir ini, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Benny Kurniawan, M.Pd.I., selaku Rektor Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
2. Bapak Faisal, M.Ag., selaku Wakil Rektor 1 Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
3. Bapak Imam Subarkah, M.Pd., selaku Wakil Rektor 2 Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.

4. Bapak Abdul Waid, M.H.I., M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAINU Kebumen.
5. Ibu Aniesatun Nurul Aliefah, S.E.Sy., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah FEBI IAINU Kebumen.
6. Ibu Niken Lestari, S.E.I., M.E., selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing dan mengarahkan dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan ibu dosen beserta seluruh karyawan dan staf IAINU Kebumen, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
8. Ibu Hikmah, selaku pemilik toko Batik Sekar Jagad yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian di toko Bati Sekar Jagad.
9. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu pengumpulan data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.

Semoga Allah memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 16 Juli 2023

Penulis

Lulu Addina Shafa

1921160

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	7
C. Perumusan Masalah.....	8
D. Penegasan Istilah	8
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	13
A. Landasan Teori	13
1. Strategi Pemasaran	13
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
3. Perspektif Ekonomi Islam	33
B. Hasil Penelitian Terdahulu	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Pendekatan Penelitian	50
B. Desain Penelitian.....	51
C. Subjek Penelitian.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data	52

E. Teknik Analisis Data	53
F. Kerangka Teori.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Profil Perusahaan.....	56
1. Sejarah Singkat Desa Gemeksekti Kebumen	56
2. Tujuan didirikannya Toko Batik Sekar Jagad Kebumen.....	58
3. Lokasi Toko Batik Sekar Jagad Kebumen	58
4. Jam Operasional Toko Batik Sekar Jagad Kebumen.....	59
5. Struktur Organisasi Toko Batik Sekar Jagad Kebumen	59
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Strategi Pemasaran Produk Batik Sekar Jagad Kebumen	60
2. Strategi Pemasaran Produk Batik Sekar Jagad Kebumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam	80
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran-Saran	96
C. Kata Penutup	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jam Operasional Batik Sekar Jagad	56
Tabel 2.1 Struktur Organisasi Batik Sekar Jagad Kebumen	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Balai Besar Batik Dan Kerajinan (BBKB) Kementrian Perindustrian Usaha Batik Di Indonesia	3
Gambar 2.2 Lokasi Toko Batik Sekar Jagad Kebumen	55