

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BISNIS KHODIJAH AQIQAH
DESA SUROBAYAN KECAMATAN AMBAL KEBUMEN MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



**SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI**

**OLEH:
IRFAN MUHAMMADI
NIM. 2021203**

**PEMBIMBING:
H. MUNIR ACHYAR, S.E., M.Si.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA (IAINU)
KEBUMEN
2024**

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BISNIS KHODIJAH AQIQAH
DESA SUROBAYAN KECAMATAN AMBAL KEBUMEN MENURUT
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh:
Irfan Muhammadi
2021203

Telah dimunaqosahkan di depan Sidang Penguji
Pada Tanggal.....
Dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Strata 1 Ekonomi Syari'ah
Pada Tanggal.....

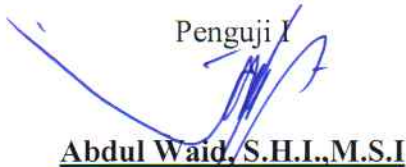
Pembimbing



H. Munir Achyar, S.E., M.Si.

NIDN 0630056301

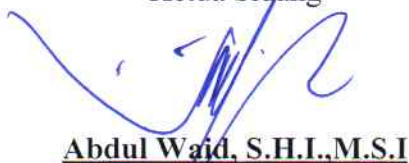
Penguji I



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

NIDN.2116078202

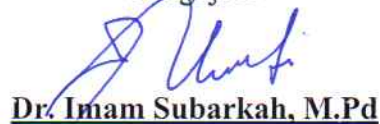
Ketua Sidang



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

NIDN.2116078202

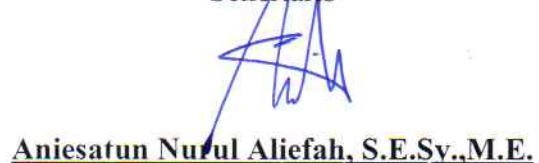
Penguji II



Dr. Imam Subarkah, M.Pd

NIDN.2129078202

Sekertaris



Aniesatun Nuzul Aliefah, S.E.Sy., M.E.

NIDN.2124019202

Mengesahkan,
Dekan,



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irfan Muhammadi

NIM :-2021203

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BISNIS KHODIJAH AQIQAH DESA SUROBAYAN KECAMATAN AMBAL KEBUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar-benar hasil penelitian atau 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 karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.



MOTTO

“ Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan ”

(Q.S. Al- Insyirah:5)

PERSEMBAHAN

Persembahan ini ku dedikasikan untuk Ibuku Isti Mualimah, yang kasih sayangnya bagaikan cahaya yang selalu menerangi jalan hidupku, memberi kekuatan dalam setiap langkahku. Untuk Abahku Mukayat, yang dengan keteguhan dan kerendahan hatinya, mengajarkan arti perjuangan yang tulus, serta menjadi tiang kokoh yang menopang impian-impian ini. Dan untuk Adikku Akif Khilmiah, yang senyumnya selalu menjadi sumber kebahagiaan, yang menghadirkan keceriaan dalam hari-hariku, serta semangat yang tak pernah pudar.

TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U tahun 1987 (Kurniawan et al., 2024).

A. Konsonan Tunggal

Tabel 1

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba>'</i>	b	be
ت	<i>Ta>'</i>	t	te
ث	<i>Sa>'</i>	s/	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Ji>m</i>	j	je
ح	<i>H{a></i>	H{	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>'Kha>'</i>	kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	d	de
ذ	<i>Z al</i>	z	Zet (dengan titik diatas)
ر	<i>Ra>'</i>	r	er
ز	<i>zai</i>	z	zet
س	<i>Sin</i>	s	es
ش	<i>Syin</i>	sy	Es dan ye
ص	<i>S{a>d</i>	S{	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>D{ad</i>	D{	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>T{a'</i>	T{	Te (dengan titik dibawah)

ظ	<i>Z{a'</i>	Z{	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>'ain</i>	'	Koma terbalik diatas
غ	<i>Gain</i>	g	ge
ف	<i>Fa>'</i>	f	ef
ق	<i>Qa<f</i>	q	qi
ك	<i>Ka>f</i>	k	ka
ل	<i>La>m</i>	l	el
م	<i>mi>m</i>	m	'em
ن	<i>Nu>n</i>	n	'en
و	<i>Wawu</i>	w	w
ه	<i>Ha>'</i>	h	ha
ء	<i>Hamzah</i>	'	apostrof
ي	<i>Ya>'</i>	Y	ye

Sumber : (Kurniawan et al., 2024)

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

Tabel 2

Konsonan Rangkap

مُتَعَدِّدَة	ditulis	<i>Muta 'addidah</i>
عِدَّة	ditulis	<i>'iddah</i>

Sumber :(Kurniawan et al., 2024)

C. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h

Tabel 3

Ta'Marbuthah bila dimatikan h

حكمة	ditulis	<i>H{ikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>

Sumber : (Kurniawan et al., 2024)

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpsah, maka ditulis dengan h

Tabel 4

Ta'Marbuthah diikuti dengan kata sandang 'al'

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Kara>mah al-auliya>'</i>
----------------	---------	-----------------------------------

Sumber:(Kurniawan et al., 2024)

3. Bila ta' marbutoh hidup atau dengan kata harakot, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t atau h

Tabel 5

Ta'Marbuthah hidup

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zaka>h al-fi{ri</i>
------------	---------	---------------------------

Sumber: (Kurniawan et al., 2024)

D. Vokal Pendek

Tabel 6

Vokal Pendek

فعل ذكَ ر	fathah	ditulis ditulis	A <i>Fa'ala</i> i
يذهب	kasrah	ditulis ditulis	<i>Zu/kira</i> u <i>Yaz/habu</i>
	dammah	ditulis	

Sumber :(Kurniawan et al., 2024)

E. Vokal Panjang

Tabel 7

Vola Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	a> <i>Ja>hiliyyah</i>
2	Fathah + ya' amti تنسى	Ditulis	a>
	Kasrah + ya' amti	Ditulis	<i>tansa></i>
3	كريم	Ditulis	i>
	Dammah + wawu	Ditulis	<i>kari>m</i>
4	mati	Ditulis	u>
	فروض	ditulis	<i>furu>d</i>

Sumber :(Kurniawan et al., 2024)

F. Vokal Rangkap

Tabel 8

Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	ditulis ditulis	ai bainakum
2	fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	au qaul

Sumber : (Kurniawan et al., 2024)

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aspostrof

Tabel 9

Vokal Rangkap

أَنْتُمْ	ditulis	A'antum
أَعْدَتُ لَنْ	ditulis	U'iddat
شَكَرْتُ م	ditulis	La'in syakartum

Sumber : (Kurniawan et al., 2024)

H. Kata Sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “I”

Tabel 10

Kata Sandang Dikuti Huruf Qomariyyah

الْقُرْآن	ditulis	Al-Qur'a>n
الْقِيَّاس	ditulis	Al-Qiya>s

Sumber : (Kurniawan et al., 2024)

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutnya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

Tabel 11

Kata Sandang Dikuti Huruf Syamsiyah

السماء	ditulis	<i>As-sama>'</i>
الشمس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

Sumber :(Kurniawan et al., 2024)

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya :

Tabel 12

Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian kalimat

ذوي الفروض	ditulis	<i>z\awi>al-furu>d{</i>
أهل السنة	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

Sumber :(Kurniawan et al., 2024)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, dan kesehatan. Berkat limpahan-Nya tersebut, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “ Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bisnis Khodijah Aqiqah Desa Surobayan Kecamatan Ambal Kebumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam” dengan baik. Tak lupa, shalawat serta salam semoga selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan seluruh pengikutnya yang setia hingga akhir zaman. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Skripsi ini ditulis merupakan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) dalam bidang ilmu syariah.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya skripsi ini. Secara khusus, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I. selaku Rektor Kampus Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
2. Bapak Abdul Waid, S.H.I.,M.S.I. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen
3. Ibu Aniesatun Nurul Aliefah, S.E,Sy., M.E. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
4. Bapak Nur Imam Hakim AL Faqh, S.E.I..M.E.K. selaku ketua jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
5. Bapak H.Munir Achyar, S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada beliau selaku pembimbing skripsi saya. Terimakasih atas bimbingan, arahan dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Beliau selalu memberikan waktu, pengetahuan, dan pengalaman yang sangat berharga, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAINU Kebumen, yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di kampus Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU Kebumen).

7. Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibuku (Mukayat dan Isti mualimah) yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak keindahan dan kesabaran, sehingga saya bisa mencapai di titik ini.
8. Terima kasih untuk Karomatun Sariah yang telah mendukung dan selalu support saya dan telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman team pencari kayu bakar yang sudah andil dalam penyelesaian skripsi saya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Semoga mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa pastinya skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tentunya masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan bermanfaat. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah khazanah keilmuan bagi para pembaca. *Aminn Yarabbal 'aalamin.*

Kebumen, 6 Oktober 2024

Penulis

Irfan Muhammadi

2021203

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembaasan Masalah	5
C. Perumusan Masalah.....	6
D. Penegasan Istilah	6
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KERANGKA TEORITIS	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Telaah Pustaka.....	43
C. Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan Penelitian	49
B. Desain Penelitian.....	49
C. Subjek Penelitian.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Teknik Analisis Data	52
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55

A. Gambaran Umum Bisnis Khodijah Aqiqah.....	55
1. Sejarah Bisnis Khodijah Aqiqah	55
2. Profil Bisnis Khadijah Aqiqah	58
3. Produk Khadijah Aqiqah.....	59
4. Struktur Organisasi Khadijah Aqiqah	63
5. Struktur Organisasi Khadijah Aqiqah.....	64
B. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Bisnis Khadijah Aqiqah dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen.....	70
C. Pandangan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Bisnis Khadijah Aqiqah Telah Sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam.....	88
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101
C. Kata Penutup	102
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Konsonan Tunggal.....	v
Tabel 2	Konsonan Rangkap.....	vi
Tabel 3	Ta'Marbuthah bila dimatikan h.....	vii
Tabel 4	Ta'Marbuthah diikuti dengan kata sandang 'al'	vii
Tabel 5	Ta'Marbuthah hidup.....	vii
Tabel 6	Vokal Pendek.....	viii
Tabel 7	Vola Panjang	viii
Tabel 8	Vokal Rangkap	ix
Tabel 9	Vokal Rangkap	ix
Tabel 10	Kata Sandang Dikuti Huruf Qomariyah	ix
Tabel 11	Kata Sandang Dikuti Huruf Syamsiyah	x
Tabel 12	Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian kalimat	x
Tabel 13	Produk Bisnis Khadijah Aqiqah	60
Tabel 14	Data Penjualan Bisnis Khadijah Aqiqah	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	48
Gambar 2. Logo Bisnis Khadijah Aqiqah	58
Gambar 3. Aspek Organisasi dan Manajemen Bisnis Khadijah Aqiqah.....	63

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada bisnis khodijah aqiqah desa surobayan kecamatan ambal kebumen menurut perspektif ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan *field research* (penelitian lapangan), dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Khadijah Aqiqah berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen Muslim dengan layanan aqiqah yang praktis, berkualitas, dan sesuai syariah. Segmentasi pasar mencakup aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, dengan pendekatan penargetan *undifferentiated* dan *differentiated targeting*. Promosi melalui media sosial dan pemasaran word-of-mouth memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, bisnis ini menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan mengedepankan nilai-nilai seperti *Shiddiq* (kejujuran), *Amanah* (kepercayaan), *Fathanah* (kecerdasan), dan *Tabligh* (komunikasi), yang menciptakan praktik bisnis yang adil dan berkualitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran Khadijah Aqiqah efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian dan sejalan dengan prinsip ekonomi Islam.

Kata kunci: *Strategi pemasaran, Keputusan Pembelian, Ekonomi Islam, Khadijah Aqiqah*

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing strategy in increasing consumer purchasing decisions at Khadijah Aqiqah, located in Surobayan Village, Ambal Subdistrict, Kebumen, from an Islamic economic perspective. The research employs a descriptive qualitative approach and field research, utilizing data collection techniques such as interviews and documentation. The data analysis techniques used include data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this research show that Khadijah Aqiqah's marketing strategy focuses on meeting the needs of Muslim consumers by offering practical, high-quality, and Sharia-compliant aqiqah services. Market segmentation encompasses geographical, demographic, psychographic, and behavioral aspects, with undifferentiated and differentiated targeting approaches. Promotion through social media and word-of-mouth marketing positively impacts consumer purchasing decisions. From the perspective of Islamic economics, the business adheres to Sharia principles, emphasizing values such as Shiddiq (honesty), Amanah (trustworthiness), Fathanah (intelligence), and Tabligh (communication), creating a fair and high-quality business practice. The study concludes that Khadijah Aqiqah's marketing strategy is effective in increasing purchasing decisions and aligns with Islamic economic principles.

Keywords: Marketing strategy, purchasing decisions, Islamic economics, Khadijah Aqiqah.