

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS KONVEKSI KANAYA COLLECTION
KLEGENWONOSARI, KLIRONG)**



SKRIPSI

Oleh:

Miftakh Khoirul Umam

2121290

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

Pembimbing:

Aniesatun Nurul Aliefah, M.E.

NIDN.2124019202

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
2025**

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
IAINU Kebumen
Di Tempat



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen No. In. 11/X.10/IAINU/F.IV/II/022/2025 tertanggal 09 Februari 2025 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program S.1 Tahun Akademik 2024/2025. Atas tugas kami sebagai Pembimbing Skripsi bahwa:

Nama : Miftakh Khoirul Umam
NIM : 2121290
Jurusan/Program : S1 Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2024/2025
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Konveksi Kanaya Collection Klegenwonosari, Klirong)

Maka setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap Skripsi tersebut sebagai hasil penelitian/kajian mendalam telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah IAINU Kebumen.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler Skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Kebumen, 18 Oktober 2025
Pembimbing

Aniesatun Nurul Aliefah, M.E.

NIDN.2124019202

SKRIPSI


**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
OMZET PENJUALAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS KONVEKSI KANAYA COLLECTION
KLEGENWONOSARI, KLIRONG)**

Oleh
MIFTAKH KHOIRUL UMAM
2121290

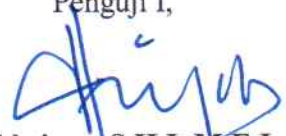
Telah Dimunaqosahkan di Depan Sidang Penguji
Pada Tanggal 25 Oktober 2025

Dan Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata I Ekonomi Syariah
Pada Tanggal 25 Oktober 2025

Pembimbing,


Aniesatun Nurul Aliefah, M.E.
NIDN.2124019202

Penguji I,


Mukhsinun S.H.I. M.E.I.
NIDN. 2105038102

Penguji II,

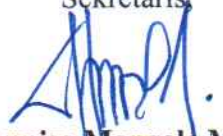

Nur Iman Hakim Al Faqih, M.E.K.
NIDN. 2108028901

Pimpinan Sidang,

Ketua,

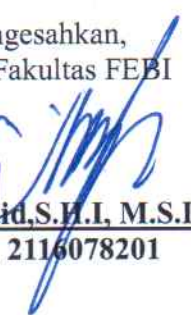

Nur Iman Hakim Al Faqih, M.E.K.
NIDN. 2108028901

Sekretaris,


Annisa Mangole, M.E.
NIDN.2110129003

Mengesahkan,
Dekan Fakultas FEBI




Abdul Waid S.H.I. M.S.I
NIDN. 2116078201

MOTTO

خَيْرَ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ ُ

“Sebaik-baik manusia ialah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya”

(HR. Ahmad. 158/1987)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini khusus saya persembahkan kepada orang-orang istimewa :

“Diri saya Sendiri”

Terima kasih telah berjuang dan kuat dalam menjalankan kewajiban serta kuat menghadapi cobaan dan ujian sampai skripsi ini selesai.

“Kedua orang tua tercinta”

Bapak Tursiman dan Ibu Mungayaroh yang selalu memberikan doa, dukungan, nasihat, motivasi, kasih sayang yang tulus, kerja keras dan perjuangan untuk saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

“Istri saya tercinta”

Yang selalu memberikan doa, nasihat, dukungan, perhatian dan kasih sayang untuk saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

“Guru dan Dosen”

Yang telah memberikan ilmunya dan senantiasa membimbing saya dalam menuntut ilmu agar memperoleh ilmu yang bermanfaat.

“Mertua Saya”

Yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

“Almamater Tercinta, IAINU Kebumen”

Sebagai tempat yang telah memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan sebagai bekal meraih cita-cita saya.

TRANSLITERASI

ARAB-LATIN

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq dan Pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Konveksi Kanaya Collection Klegenwonosari, Klirong)**”. Shalawat dan salam juga turunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang syafa’atnya selalu kita nantikan di *yaumul qiyamah*. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I selaku Rektor IAINU Kebumen yang telah memimpin dan mengelola lembaga dalam penyelenggaraan pendidikan sehingga bertambah maju dan jaya.
2. Bapak Dr. Imam Subarkah, M.Pd.I. dan Bapak Dr. Faisal, M.A. selaku wakil rektor IAINU Kebumen.
3. Bapak Abdul Waid S.H.I., M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAINU Kebumen.
4. Ibu Aniesatun Nurul Aliefah, M.E. selaku Ketua Program studi Ekonomi Syariah IAINU Kebumen sekaligus menjadi dosen pembimbing saya. Terima kasih saya ucapkan yang sebesar-besarnya kepada beliau yang telah senantiasa memberikan motivasi, pengarahan beserta bimbingan skripsi kepada penulis.
5. Bapak Nur Imam Hakim Al Faqih, S.E.I., M.E.K., selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah IAINU Kebumen.
6. Segenap Dosen FEBI IAINU Kebumen yang telah membekali banyak ilmu, staf dan karyawan IAINU Kebumen yang telah membantu dalam pengadaan referensi

7. Kedua orang tua dan istri, yang selalu mendoakan, perhatian dan memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
8. Bapak Khoirul Muallif selaku pemilik usaha Kanaya Konveksi yang telah memberikan izin untuk kepentingan penelitian skripsi dan ilmu yang tidak bisa didapatkan dalam perkuliahan
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang turut membantu selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga amal baiknya dibalas dengan pahala yang melimpah dari Allah Swt. Aamiin.

Kebumen,.....2025

Penulis,

Miftakh Khoirul Umam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	7
C. Perumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	7
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	15
B. Telaah Pustaka	30
C. Kerangka Pemikiran	32
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatann Penelitian	33
B. Desain Penelitian	34
C. Subjek Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
E. Teknik Analisis Data	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Konveksi Kanaya Collection	38
B. Pembahasan	41
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran – saran.....	62

C. Kata Penutup	62
-----------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	32
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	40
Gambar 1.1.....	48

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Konveksi Kanaya *Collection* Klegenwonosari, Klirong) Penelitian ini dilatar belakangi oleh masalah persaingan yang semakin ketat, hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Salah satunya Konveksi Kanaya *Collection* merupakan salah satu perusahaan di Klirong Kebumen yang memproduksi sragam. Konveksi Ini menggunakan strategi pemasaran 7p (product, price, place, promotion, people, process). Masing-masing elemen dari marketing mix ini tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya karena saling berkaitan. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi yang digunakan Konveksi Kanaya *Collection* untuk meningkatkan omzet penghasilan?, 2) apakah strategi pemasaran yang digunakan Konveksi Kanaya *Collection* sudah sesuai dengan ekonomi islam? Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Konveksi Kanaya *Collection* dalam meningkatkan penjualan, 2) Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran sudah sesuai menurut ekonomi islam. Jenis penelitian ini yakni deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Teknik penelitian yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari sumber data yang diperoleh baik melalui tulisan maupun lisan dari Konveksi Kanaya *Collection* akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam dengan pengecekan keabsahan menggunakan triangulasi data. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konveksi Kanaya *Collection* menerapkan strategi pemasaran 7p (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Dari ketujuh strategi tersebut, Konveksi Kanaya *Collection* mampu meningkatkan omzet penjualan yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Hal ini bisa dilihat dari hasil penjualan tiap tahunnya dan juga strategi pemasaran yang tidak menyimpang prinsip ekonomi syariah dengan mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, Perspektif Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Marketing Strategy to Increase Sales Turnover from an Islamic Economic Perspective (Case Study of Convection Kanaya Collection Klegenwonosari, Klirong) This research is motivated by the problem of increasingly fierce competition, this causes the company to pay more attention to marketing management. One of them is Convection Kanaya Collection is one of the companies in Klirong, Kebumen, that produces uniform. This convection uses a 7p marketing strategy (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Each of the elements of this marketing mix cannot be separated from one another because they are related. The problem formulation of this research are 1) How is the strategy used by Convection Kanaya Collection to increase income turnover? 2) Is the marketing strategy used by Convection Kanaya Collection suitable with Islamic economy? This study aims 1) To find out how the marketing strategy used by the Convection Kanaya Collection in increasing sales, 2) To find out whether the marketing strategy. is appropriate according to Islamic economics.

This type of research is descriptive using qualitative research methods. The research technique used is by interview, observation and documentation. From the source of the data obtained either by writing or orally from the Convection Kanaya Collection will be studied thoroughly and deeply by checking the validity using data triangulation. The results of this study indicate that the Convection Kanaya Collection applies the 7p marketing strategy (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Of the seven strategies, the Convection Kanaya Collection is able to increase sales turnover in accordance with the Islamic economic perspective. This can be seen from the sales results each year and also the marketing strategy that does not deviate from Islamic economic principles by following the marketing practices of the Prophet Muhammad.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales Turnover, Islamic Economic Perspective*