

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH
MELALUI JEJARING SOSIAL
(Studi Kasus pada Mahasiswa Komunitas Bisnis Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1)
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun oleh:

AMELIA SALIHA
NIM : 122411055

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2017

Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si

Jl. Perintis Kemerdekaan No. 181 Pudakpayung, Banyumanik, Semarang

Choirul Huda, M.Ag

Perum Bukit Beringin Asri D-20 RT. 02 RW. XVI Tambakaji, Ngaliyan, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Amelia Saliha

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamua'laikum. Wr.Wb

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Amelia Saliha

NIM : 122411055

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **Penerapan Strategi Pemasaran Syariah melalui Jejaring Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa Komunitas Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Demikian harap menjadi maklum, dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

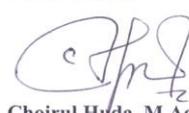
Wassalamua'alaikum.Wr.Wb

Semarang, 13 Desember 2016

Pembimbing I


Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si
NIP. 19790512 200501 2 004

Pembimbing II


Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Nama : Amelia Saliha
NIM : 122411055
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Melalui Jejaring Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa Komunitas Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :

20 Januari 2017

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Strata I (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

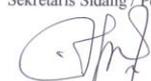
Semarang, 25 Januari 2017

Mengetahui

Ketua Sidang / Penguji

Sekretaris Sidang / Penguji


Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 197003211996031003


Choirul Huda, M.Ag
NIP. 197601092005011002

Penguji Utama I

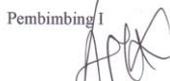
Penguji Utama II

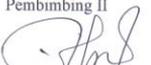

Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP. 196911182000031001


Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
NIP. 196908301994032003

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ari Khusin Prasetyoningrum, S.E., M.Si
NIP. 197905122005012004


Choirul Huda, M.Ag
NIP. 197601092005011002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ

لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

(Al-Maa-idah : 87)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan dan kebanggaan hatiku serta kebahagiaan yang tak terukur, ku persembahkan dan ku hadiahkan karya sederhana yang penuh perjuangan tak mengenal waktu ini untuk seseorang yang telah memberi arti dalam hidupku.

Teruntuk Ayah dan Ibu tercinta (Bapak Eddy Hardjono, BA., dan Ibu Siti Nugraheni Nurlaela). Terima kasih yang tiada tara ku ucapkan kepada engkau yang telah membesarkan, membimbing dan mendidikku dengan penuh pengorbanan dan ketulusan, yang tidak pernah mengenal kata lelah untuk selalu memperjuangkanku dalam segala hal hingga aku dapat menyelesaikan studi S.1 Ekonomi. Segala yang engkau berikan kepadaku, nasehat, ilmu, perhatian, panjatan do'a, serta perlindungan dalam segala kondisi yang akan selalu melekat dijiwa. Terima kasih untuk semangat dan selimut kasih sayang yang selama ini engkau berikan. Semoga Allah SWT senantiasa menyayangimu, meridhoi setiap langkah dan memberikan rahmat yang melimpah kepadamu. Amiin.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 12 Desember 2016



Deklarator,

Amelia Saliha
NIM.122411055

TRANSLITERASI ARAB

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam transliterasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

A. Konsonan

ع = '	د = d	ض = dl	ك = k
ب = b	ذ = dz	ط = th	ل = l
ت = t	ر = r	ظ = zh	م = m
ث = ts	ز = z	ع = '	ن = n
ج = j	س = s	غ = gh	و = w
ح = h	ش = sy	ف = f	ه = h
خ = kh	ص = sh	ق = q	ي = y

B. Vokal

َ = a

ِ = i

ُ = u

C. Diftong

أَيّ = Ay

أَوْ = Aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (... لا)

Kata sandang(... لا)ditulis dengan al-.... misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jikaterletak pada permulaankalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai penerapan strategi pemasaran syariah mahasiswa Komunitas Bisnis FEBI UIN Walisongo Semarang melalui jejaring sosial. Kajiannya dilatarbelakangi bahwa banyak mahasiswa Komunitas Bisnis yang mempunyai bisnis *online*, yang bisnis tersebut dipasarkan melalui jejaring sosial. Strategi pemasaran sangat menentukan perusahaan mencapai tujuannya. Oleh karena itu, mahasiswa Komunitas Bisnis sebagai pemasar muslim yang memasarkan bisnisnya melalui jejaring sosial tidak hanya memerlukan strategi pemasaran yang jitu agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Namun strategi pemasaran syariah juga diperlukan agar kegiatan pemasarannya tidak ada yang melanggar aturan-aturan syariah Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunitas Bisnis FEBI UIN Walisongo Semarang periode 2013-2015 yang mempunyai bisnis *online* yang dipasarkan melalui jejaring sosial. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan pihak UKM Komunitas Bisnis. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah metode deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh mahasiswa Komunitas Bisnis melalui jejaring sosial pada umumnya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu mencontoh praktik *marketing* Rasulullah yang meliputi segmentasi, *targeting*, *positioning*, dan bauran pemasarannya. Serta karakteristik pemasaran Islami yaitu Theitis (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*) dan Humanistis (*Al-Insaniyyah*). Namun, masih ada mahasiswa Komunitas Bisnis yang dalam penerapan strategi pemasarannya belum sesuai dengan syariah Islam. Yaitu mempromosikan produk yang gambarnya tidak sesuai dengan warna aslinya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, Jejaring Sosial

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamiin, dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :

“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH MELALUI JEJARING SOSIAL (Studi Kasus pada Mahasiswa Komunitas Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”

dengan baik. Shalawat serta salam teriring penulis haturkan kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, dan juga umatnya. Yang Insya Allah kita termasuk di dalamnya.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Selama proses penyusunan skripsi ini tidak sedikit hambatan, rintangan dan tantangan yang penulis temui. Tetapi dibalik itu semua, kesuksesan dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari peranan dan bantuan berbagai pihak, sehingga hambatan, rintangan serta tantangan tersebut dapat penulis atasi dengan baik.

Oleh karena itu, dalam pengantar ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang memberikan pengarahan, bimbingan serta

pengorbanan dengan moral dan bantuan apapun kepada penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ahmad Furqon, Lc., MA. selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Ibu Dr. Ari Kristin Prasetyoningrum, SE., M.Si. selaku pembimbing I serta Bapak Choirul Huda, M.Ag. selaku pembimbing II yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktunya, tenaga serta pikiran untuk memberikan arahan dan masukan-masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Ghufron Ajib, M.Ag selaku dosen wali.
7. Alm. Bapak H. Suwanto, S.Ag, MM selaku dosen kebanggaan yang penulis sayangi.
8. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah membekali berbagai pengetahuan.
9. Teruntuk orang tuaku tercinta, Ayahanda Bapak Eddy Hardjono, BA. dan Ibundaku Ibu Siti Nugraheni Nurlaela. Terima kasih teruntuk engkau yang telah memberikan dan mengorbankan segalanya bagi penulis, atas segala kasih sayang serta do'anya

dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya. Tiada yang dapat penulis perbuat untuk membalas segala jasa dan kebaikan mereka. Hanya sekuntum do'a yang dapat penulis berikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan mereka dengan balasan yang berlipat ganda.

10. Dr. Achmad Arief Budiman, M.Ag yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi baik berupa moril maupun materil untuk penulis.
11. Untuk kakakku Whenny Iqlima yang menjadi penyemangat juangku. Dialah yang membuatku tetap bertahan disaat jiwa ini merasa lelah dan rapuh. Setiap diri ini tertatih dan jatuh bertubi-tubi, dia juga yang membangkitkanku kembali. Terima kasih kak, Allah SWT menyangimu, Dia selalu dekat untuk menjagamu.
12. Untuk Muhammad Siddiq selaku orang yang selalu mendampingi, mendo'akan, menyemangati tanpa henti, serta memberikan banyak sekali pengorbanan baik moril maupun materil bagi penulis selama penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan segala yang kau berikan.
13. Untuk keluarga besar Bani Moh Nawawi Ahmad yang selalu memberikan dorongan dan do'a sehingga tiada rasa letih bagi penulis untuk tetap berjuang dalam menyelesaikan studi.
14. Untuk keluarga besar Kost Green House Amalia 1 yang selalu memberikan canda tawanya dan yang selalu membangkitkan semangat penulis.

15. Untuk keluarga besar Ekonomi Islam terutama kelas EIB angkatan 2012, terima kasih telah menjadi bagian dari perjuangan studi penulis yang terus memotivasi dan menyemangati hingga terselesaikannya skripsi ini. Untuk sahabatku Isnaini (iis), Siruh, Fathiya, Vera, Lilis, Sahal dan sahabat-sahabat lainnya, kalian yang selalu memberikan canda tawa, pengalaman, perhatian, serta kebersamaan. Terima kasih atas kasih sayang yang selama ini terjalin dan manisnya kenangan yang tidak akan terlupakan. Juga atas semangat, bantuan, do'a dan segala yang telah diberikan bagi penulis.
16. Untuk keluarga Posko 39 KKN UIN Walisongo Semarang Hida (Dek Ol), Nila, Ika, Kartika, Akrom, Nuril, Anam, Yazid, Alfi, Nina, Wanti dan Imada. Terima kasih untuk pertemuan yang singkat namun membahagiakan. Untuk kita, bertemu sementara bersaudara selamanya.

Terima kasih yang tiada tara penulis ucapkan atas segala kebaikan serta ketulusan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, penulis hanya bisa berdo'a semoga menjadi amal dan ibadah yang Insyaa Allah diterima Allah SWT serta mendapatkan balasan kebaikan yang melimpah dari-Nya.

Akhir kata, penulis sadar bahwa skripsi ini tidak lepas dari berbagai kekurangan, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang sifatnya membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Harapan

terakhir penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang, 12 Desember 2016

Penulis,

Amelia Saliha
NIM. 122411055

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Tinjauan Pustaka	13
E. Metode Penelitian.....	16
F. Sistematika Penulisan.....	20

BAB II STRATEGI PEMASARAN SYARIAH

A. Strategi Pemasaran	22
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	22
2. Komponen Strategi Pemasaran Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	24
B. Pemasaran Syariah.....	32
1. Pengertian Pemasaran Syariah.....	32
2. Praktik <i>Marketing</i> Rasulullah SAW dan Karakteristik Pemasaran Islami	35
C. Jejaring Sosial.....	59

BAB III GAMBARAN UMUM KOMUNITAS BISNIS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG

A. Gambaran Umum Komunitas Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.....	68
1. Sejarah Komunitas Bisnis.....	68
2. Visi, Misi dan Tujuan UKM Komunitas Bisnis	69
3. Struktur Organisasi UKM Komunitas Bisnis	70

B. Jenis Usaha dan Jejaring Sosial yang Digunakan Mahasiswa Komunitas Bisnis FEBI UIN Walisongo Semarang	73
C. Strategi Pemasaran Syariah Mahasiswa Komunitas Bisnis Melalui Jejaring Sosial.....	86

BAB IV	ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH MELALUI JEJARING SOSIAL MAHASISWA KOMUNITAS BISNIS FEBI UIN WALISONGO SEMARANG.....	109
--------	---	-----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	151
B. Saran.....	152
C. Penutup.....	152

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Mahasiswa KOBİ yang berbisnis <i>Online</i> dengan Jejaring Sosial	10
Tabel 3.1 Data Jenis Usaha dan Jejaring Sosial yang Digunakan Mahasiswa Komunitas Bisnis FEBI UIN Walisongo Semarang	73