

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

(Study Kasus Pada Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang)

SKRIPSI

Di Susun Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1
Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

SAIFUDDIN ZUHRI

NIM 102411115

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2016/2017

NOTA DINAS

Semarang, 16 Januari 2017

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan :

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDY KASUS PADA YAMAHA MATARAM
SAKTI CABANG REMBANG)**

Nama : SAIFUDDIN ZUHRI

NIM : 102411115

Jurusan : Ekonomi Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang untuk diujikan dalam sidang Munaqosah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



NIP. -

NOTA DINAS

Semarang, 16 Januari 2017

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan :

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDY KASUS PADA YAMAHA MATARAM
SAKTI CABANG REMBANG)

Nama : SAIFUDDIN ZUHRI

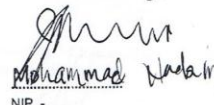
NIM : 102411115

Jurusan : Ekonomi Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang untuk diujikan dalam sidang Munaqosah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II



Mohammad Nadeem

NIP. -



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7001291, 7024891 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Saifuddin Zuhri
NIM : 102411115
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS YAMAHA
MATARAM SAKTI CABANG REMBANG)

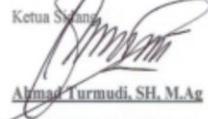
Telah Dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri
Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal :


20 Januari 2017


Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata
Satu/S1)


Semarang, 20 Januari 2017

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Ahmad Turmudi, SH, M.Ag
NIP. 19690708 200501 1 004

Penguji I,

Heni Yuningrum, SE, M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005

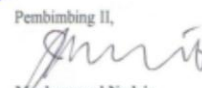
Pembimbing I,

H. Drs. Hasvim Syarbani, MM
NIP. 19590606 198903 1 002

Sekretaris Sidang

H. Drs. Hasvim Syarbani, MM
NIP. 19570913 198203 1 002



Penguji II,

Choirul Huda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1002

Pembimbing II,

Mochammad Nadzir
NIP. 19730923 200312 1 002

ABSTRAK

Suatu bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab, pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perseorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar. Demi mendapatkan hasil penjualan yang maksimal, Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang menerapkan strategi pemasaran dengan media-media promosi demi mendapatkan hasil penjualan yang maksimal. Strategi pemasaran yang diterapkan Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang sebelum September 2015 terbilang jumlah penjualan unit terus berkembang, akan tetapi setelah September 2015 mengalami penurunan karena beberapa pengaruh cuaca yang kurang stabil. Hal inilah yang menjadi permasalahan yang penulis urai dalam penelitian ini.

Permasalahan dalam penelitian ini terbatas pada pembahasan bagaimana strategi pemasaran di Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang dan bagaimana strategi pemasaran Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang perspektif Islam

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Analisis data penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi serta didukung dengan dokumen-dokumen yang penulis dapatkan dari beberapa sumber.

Hasil penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang melalui media iklan berupa pemasangan baliho, spanduk dan penyebaran brosur dan pamflet, selain itu strategi dua arah menggunakan strategi personal selling dan event untuk berinteraksi dengan konsumen secara langsung. Strategi tim marketing Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang dalam meningkatkan penjualannya masih memegang prinsip syariah sesuai dengan yang diajarkan Nabi Muhammad SAW. Hanya saja beberapa kegiatan yang bersifat menghibur masih menggunakan hiburan dengan tampilan yang kurang pantas.

Kata kunci : Strategi pemasaran, penjualan

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Saifuddin Zuhri
NIM : 102411115
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa laporan penelitian kualitatif yang berjudul :

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif
Islam

(Studi Kasus PT Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya ilmiah saya sendiri, kecuali
bagian yang dirujuk sumbernya.

Semarang, Januari 2017

Pembuat Pernyataan



Saifuddin Zuhri
NIM. 102411115

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ

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. [QS. An-Nisaa' : 29]

PERSEMBAHAN

Persembahan yang setinggi-tingginya hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya hingga pada dia lah segalanya bergantung Nabi Muhammad SAW sang inspektor hidup, Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Maka dari itu dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Ekonomi Dan Bisnis Islam Bapak Imam Yahya., H. Dr. M.Ag
2. Dr. H. Hasyim Syarbani Dan Mochammad Nadzir, M.Si. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memeberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi selama ini
3. Manajer Area Yamaha Mataram Sakti Rembang, Blora dan Cepu, Kepala Cabang Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang, dan Kepala Toko Yamaha Mataram Sakti PLJ Pandangan yang sudah memberikan ijin dan fasilitas yang luar biasa sehingga penelitian ini dapan berjalan baik di lapangan dengan lancar dan maksimal. dan terima kasih juga kepada seluruh Marketing atau staff di PLJ Yamaha Mataram Sakti PLJ Pandangan yang sudah banyak membantu dan menjelaskan tentang pertanyaan peneliti ajukan.
4. terima kasih banyak untuk Kedua Orang tua Tercinta Bapak H. Mahfudz Dan Ibu Hj. Yuti'ah, dan saudara-Saudara saya Zaenal Muttaqin Dan Umi Hanik.

5. terima kasih kepada Teman-teman seperjuangan dan sahabat-sahabat yang tercinta
6. Semua pihak secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu, baik moral maupun materi dalam penyusunan Skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dalam arti sebenarnya. Oleh sebab itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif penulis harapkan. Penulis berharap semoga penyusunan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur alhamdulillah selalu terpanjatkan kepada sang khaliq Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat, Inayah dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat disusun dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita, nabi akhir zaman, Muhammad Saw, yang merupakan suri Tauladan pejuang islam sejati sehingga kita dapat beragama dan menuntut ilmu dengan bebas sampai saat ini.

Laporan penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus di Yamaha Mataram Sakti Cabang Pandangan)”, yang disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ekonomi Islam

Penulis merupakan manusia biasa yang tidak dapat hidup sendiri dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam penyusunan laporan penelitian kali ini. Laporan penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan semua pihak yang telah membantu, membimbing, memberi semangat, dukungan dan kontribusi dalam bentuk apapun baik langsung maupun tidak.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.
Amin Ya Robbal Alamin.

Semarang, 13 Januari 2017
Penulis

Saifuddin Zuhri
NIM.102411115

DARTAS ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
DEKLARASI.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DARTAS ISI.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Telaah Pustaka	12
F. Metode Penelitian.....	17
G. Sistematika Penulisan	22

BAB II STRATEGI PEMASARAN

A. Strategi Pemasaran	23
1. Pengertian Strategi	23
2. Pengertian Pemasaran	24
3. Pengertian Strategi Pemasaran	26
4. Unsur-Unsur Strategi Pasar	27
5. Program Penjualan	29
6. Prinsip-prinsip Pemasaran.....	34
B. Strategi Pemasaran Dalam Islam	35
1. Pengertian Strategi Pemasaran dalam Islam	35
2. Konsep Strategi Pemasaran dalam Islam	38
3. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah	42
4. Karakteristik Syariah Marketing	44
5. Etika Dalam Fungsi Pemasaran.....	46

BAB III STRATEGI PEMASARAN YAMAHA MATARAM SAKTI

A. Profil Yamaha Mataram Sakti.....	55
B. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	56
C. Visi, Misi, Filosofi Dan Tujuan Yamaha Mataram Sakti	57
D. Struktur Organisasi Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang	59
E. Produk Yang di Tawarkan	61
F. Praktek Strategi Pemasaran Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang	65

BAB IV PEMBAHASAN

A. Strategi Marketing di Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang	74
B. Strategi Marketing di Yamaha Mataram Sakti Cabang Rembang Perspektif Islam.....	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	84
C. Penutup.....	85