

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA 212 MART BANJARMASIN  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**M. ALVI RUSYADI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2021 M / 1442 H**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA 212 MART BANJARMASIN  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**M. ALVI RUSYADI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**BANJARMASIN**

**2021 M / 1442 H**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA 212 MART BANJARMASIN  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh :**

**M. ALVI RUSYADI**

**1601151485**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2021 M/1442 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Alvi Rusyadi  
NIM : 1601151485  
Tempat/Tgl. Lahir : Bakau 5 April 1999  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari  
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 05 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



M.Alvi Rusyadi

---

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis Strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart  
Banjarmasin Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Ditulis oleh : M.Alvi Rusyadi

NIM : 1601151485

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2021M/1442H

Tempat dan Tanggal Lahir : Bakau, 5 April 1999

Alamat : Desa Tanah Habang Kanan RT 3 Kabupaten  
Balangan Kecamatan Lampihong

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan didepan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 12 Juli 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dosen Pembimbing,



Rohana Faridah, SE,M.M  
NIP.197804272009012010



ANSARULLAH S,Ag. M.Fil.I  
NIP.197506092000031003

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Pada 212 Mart Banjarmasin Dalam Prespektif Ekonomi Islam", ditulis oleh MALVI RUSYADI, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : MALVI RUSYADI

Tanggal : Rabu 14/07/2021

Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+





Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin

Dr. H. Fatharrahman Azhari, MHI

NIP. 19600609198803100

Tim Penguji	
Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I. (Ketua)	1. 
2. Dra. Hj. Fitriana Syarqawie M.H.I. (Anggota)	2. 
3. Ansharullah, M.F.I.I. (Anggota)	3. 
4. H. Muhammad Hikam, Lc., M.A.Ek.	4. 

## ABSTRAK

**M. ALVI RUSYADI.** 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart Banjarmasin Dala Perspektif Ekonomi Islam.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Ansharullah S,Ag M.Fill

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Perspektif Ekonomi Islam

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dua persoalan yaitu: (1) bagaimana strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Banjarmasin , (2) bagaimana kegiatan pemasaran syariah pada Gerai 212 Mart Banjarmasin.

Untuk mengungkapkan kedua persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, maka penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder untuk memberikan informasi, fakta dan data tentang strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam dengan melakukan wawancara secara langsung kepada 6 orang diantaranya pihak Gerai 212 Mart Banjarmasin dan konsumen yang menjadi informan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) strategi pemasaran Gerai 212 Mart Banjarmasin telah menerapkan strategi produk dan strategi harga meski masih terdapat kelemahan pada strategi tempat dan strategi promosi (2) kegiatan pemasaran Gerai 212 Mart Banjarmasin telah sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu nilai ketakwaan yang mereka miliki, adil, berkepribadian yang baik, kerendahan hati dalam melayani konsumen, tidak curang dalam mengenalkan kualitas produk, serta menepati janji.

## **MOTTO**

**“TERUS MELANGKAH DALAM MENGEJAR CITA-CITAMU  
WALAUPUN BANYAK GELOMBANG YANG AKAN DATANG  
MENIMPAMU”**

**ORANG YANG SUKA BERKATA JUJUR MENDAPATKAN TIGA  
HAL  
KEPERCAYAAN, CINTA, DAN RASA HORMAT**

**YAKINLAH, ADA SESUATU YANG MENANTIMU SETELAH  
BANYAK KESABARAN (YANG KAU JALANI), YANG AKAN  
MEMBUATMU TERPANA HINGGA KAU LUPA BETAPA  
PEDIHYA RASA SAKIT  
-ALI BIN ABI THALIB**



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah atas rahmat dan hidayah-nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah ini dengan baik. Karya yang sederhana ini dipersembahkan untuk:*

- 1. Ibu yang telah mendukung memberikan motivasi dalam segala hal serta memberikan doa dan kasih sayang yang teramat besar yang tidak dapat dibalas dengan apapun*
- 2. Dosen pembimbing yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan*
- 3. Sahabat dan teman-teman ku yang telah memberikan waktu-waktu yang berharga dan berkesan selama saya belajar di kampus UIN Antasari Banjarmasin*

*Terima kasih.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	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	ħa'	ħ	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	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa`	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en

و	Waw	W	we
---	-----	---	----

ه	ha'	h	ha
ء	hamzah		apostrof
ي	ya'	y	ye

## II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

بكتّر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
ادقلّوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta'marbutah di akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

اجمعة	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
بتكمة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

لبتكمة الجميلة	ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
----------------	---------	-------------------------------

## IV. Vokal Pendek

_____	fathah	ditulis	a
_____	kasrah	ditulis	i

كش	dammah	ditulis	u
قرأ	fathah	ditulis	syakara
نيطق	kasrah	ditulis	quri'a
	dammah	ditulis	yantiq

## V. Vokal Panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	ā ākmilah
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	ṣall
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	syad d
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	ṣuḍūr

## VI. Vokal Rangkap

1	fathah + ya mati يورد	ditulis ditulis	Ai Ruwaidun
2	fathah + wawu mati و عرفن وذي اتولاد	ditulis ditulis	Au wa fir'aunāz i al-autād

## VII. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

### Apostrof

قلخا	دشامتندأ ditulis	a'antum asyaddu khalqan
------	------------------	-------------------------

## VIII. Kata Sandang Alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

ارقان	Ditulis	al-Qurʿn
التكاب	Ditulis	al-kiḥb

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الحبص	Ditulis	<i>aṣ-ṣubḥu</i>
سلاهرة	Ditulis	<i>aṣ-ṣ̄hirah</i>

### IX. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

برالاولدين	Ditulis	<i>birru al-w</i>
ذإشلامس	Ditulis	<i>iza aṣy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pada 212 Mart Banjarmasin Dalam Prespektif Ekonomi Islam ”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE, MM,dan Erissa Nilasari, MP, selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ansharullah,S,ag,M.fil.I ,selaku Pembimbing Skripsi yang telah

memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Pengurus 212 Mart telah memberikan izin serta memfasilitasi kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis..
7. Ibu dan Bapakku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak

pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait.

Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, 29 Juni 2021

Penulis,



(M. ALVIRUSYADI)

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Signifikansi Penelitian.....	10
E. Definisi Operasional.....	11
F. Penelitian Terdahulu .....	12
G. Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>37</b>
A. Strategi Pemasaran .....	37
1. Pengertian Strategi .....	37
2. Pengertian Pemasaran.....	37
3. Pengertian Strategi Pemasaran.....	38
4. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran .....	39
B. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	40
C. Strategi Pemasaran dalam Islam (Syariah).....	41
D. Konsep Pemasaran Syariah.....	44
E. Prinsip-prinsip Pemasaran dalam Islam .....	45
F. Pandangan Ekonomi Islam Tentang <i>Marketing Mix Syariah</i> .....	46
G. <i>Marketing Mix Syariah</i> (Bauran Pemasaran).....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>58</b>
A. Jenis, Pendekatan, dan Lokasi Penelitian .....	58



1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	58
2.	Lokasi Penelitian.....	58
B.	Subyek dan Obyek Penelitian .....	60
C.	Sumber Data dan Informan.....	60
1.	Sumber Data .....	60
2.	Informan .....	61
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	62
E.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	63
1.	Teknik Pengolahan Data.....	63
2.	Analisis Data.....	63
F.	Tahapan Penelitian .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	43
1.	Profil 212 Mart Kota Banjarmasin.....	43
2.	Prinsip-prinsip dan Tujuan 212 Mart Kota Banjarmasin .....	44
3.	Visi dan Misi 212 Mart Kota Banjarmasin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Hasil Penelitian .....	46
1.	Strategi Pemasaran yang Ditetapkan 212 Kota Banjarmasin .....	46
2.	Strategi Pemasaran 212 Kota Banjarmasin Menurut Ekonomi Islam.	56
C.	Pembahasan .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>66</b>
A.	Kesimpulan .....	66
B.	Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		