

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HELWA HIJAB
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
PATHUL JANNAH**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2017 M/1438 H**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HELWA HIJAB
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi Islam**

**Oleh:
Pathul Jannah
1301150174**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2017 M/1438 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pathul Jannah
NIM : 1301150174
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

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 dikemudian 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, 08 Juni 2017 M

Yang memnuat pernyataan

Tanda tangan



Pathul Jannah

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Pemasaran Produk Helwa Hijab di Kota Banjarmasin
Ditulis oleh : Pathul Jannah
N I M : 1301150174
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program : Srata Satu (S-1)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2016/2017
Tempat dan tanggal lahir : Padang luas, 22 November 1995
Alamat : Jl. Swadaya Desa Padang Luas RT. 03 RW. 01 Kec. Kurau Kab. Tanah Laut

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

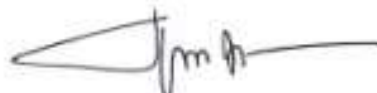
Banjarmasin, 08 Juni 2017

Pembimbing I,



Dra. Hj. Rusdiyah, MHI
NIP. 196706181992032001

Pembimbing II



Dra. Hj. Amelia Rahmaniah, MH
NIP. 197105191997032001

Mengetahui :
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin



H. Haris Faulidi Asnawai, Lc., MSI
NIP. 1979041020050101

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Helwa Hijab di Kota Banjarmasin", ditulis oleh Pathul Jannah, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 05 Juli 2017





Dinyatakan LULUS dengan nilai: **85 predikat A (Amat Baik)**

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H.
NIP. 195804061987031001

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Hj. Wahidah, MHI. (Ketua)	
2. Dra. Hj. Rusdiah, MHI. (Anggota)	
3. Dra. Naimah, MH. (Anggota)	3. 
4. Dra. Hj. Amelia Rahmaniah, MH. (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Pathul Jannah. 2017. *Strategi Pemasaran Produk Helwa Hijab di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Rusdiah, MHI, (II) Dra. Hj. Amelia Rahmaniah, MH.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Strategi alternatif

Latar belakang penelitian ini berdasarkan pada survei lapangan yang dilakukan peneliti bahwa perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin ini baru memulai usahanya namun sudah banyak mempunyai pelanggan tetap. Serta dengan melihat peluang bahwa mayoritas masyarakat di Kota Banjarmasin ini beragama Islam. Hal ini mendorong perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin tersebut mendirikan perusahaannya di Kota Banjarmasin ini karena besarnya kebutuhan para konsumen terhadap kerudung dan hijab serta menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan tersebut agar bisa lebih unggul dari pesaing-pesaingnya. .

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada strategi pemasaran perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin, dan alternatif strategi pemasaran apa saja serta prioritas strategi pemasaran apakah yang tepat bagi perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin.

Teknik penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif, analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses kegiatan usaha dan penentuan alternatif strategi perusahaan, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal, serta penentuan prioritas strategi perusahaan.

Dari hasil penelitian diperoleh data mengenai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan yang paling dominan adalah memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan, sedangkan kelemahan yang paling dominan adalah kurangnya transportasi untuk pengantaran barang dan belum adanya kesepahaman dengan *stakeholders* mengenai arah pengelolaan dana . Peluang yang paling bagus adalah mudah diterima pasar, sedangkan ancaman yang paling membahayakan adalah ditinggalkan pasar besar bila mempromosikan ke daerah lain. Adapun dari hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi pemasaran dan yang paling diprioritas bagi perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin yaitu mengembangkan usaha bisnis ini dengan menggunakan SDM yang potensial dari perusahaan sehingga menciptakan produk yang semakin diminati oleh masyarakat Banjarmasin.

MOTTO

**Allah Selalu Menyertai Orang-Orang Yang
Penuh Kesabaran Dalam Proses Menuju
Keberhasilan**

**Jangan Tunda Sampai Hari Esok Apa Yang Bisa
Engkau Kerjakan Hari Ini**

**So.. Berusahalah Untuk Hari Ini Jika Engkau Masih
Mampu**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Śa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa'	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ža	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	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	Ẓ	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

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta'aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif - خاهلية	ditulis	ā - <i>jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati - يسعى	ditulis	ā - <i>yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati - كريم	ditulis	ī - <i>karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	ditulis	ū - <i>furūd</i>

6. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya'mati - بينكم	ditulis	ai - <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati - قول	ditulis	au - <i>Qaulun</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf Qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Żawī al-furūd</i> atau <i>Żawil furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. tuhan sekalian alam, atas limpahan rahmat, hidayah dan inayahnya kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah keharibaan junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. yang telah membawakan risalah-Nya sehingga kita dapat merasakan nikmat terbesar berupa Iman, Islam dan Ihsan. Suatu berkah dari Allah SWT, yang selayaknya penulis syukuri, karena dengan izin-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Strategi Pemasaran Produk Helwa Hijab di Kota Banjarmasin, sebagai syarat dalam menyelesaikan studi strata satu di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tentulah penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, MH. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Haris Faulidi Asnawai, Lc., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Dra. Rusdiyah, MHI. selaku dosen pembimbing I dan ibu Dra. Amelia Rahmaniah, MH. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan yang berharga sekali dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan asisten dosen yang telah berjasa dalam memberikan pengetahuan, mendidik dan membimbing penulis, baik selama perkuliahan maupun sampai penyusunan skripsi ini selesai.
5. Kepala Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin, Kepala Perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin dan Kepala Perpustakaan Daerah Banjarmasin beserta seluruh stafnya yang telah memberikan pelayanan dan peminjaman sejumlah literatur untuk penyusunan skripsi ini.

6. Kepala bagian Tata Usaha Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan staf yang telah memberikan pelayanan yang baik sehingga memudahkan penulis dalam segala hal administrasi yang penulis perlukan.
7. Pimpinan perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin yang telah bersedia memberikan waktu dan kesempatan bagi kami untuk melakukan penelitian.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT. penulis berserah diri atas setiap kekurangan dan kelemahan diri. Penulis menyadari sebagai manusia yang tidak akan pernah lepas dari salah dan khilaf, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap apa yang penulis lakukan dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Banjarmasin, 07 Juni 2017 M
1438 H

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Signifikansi Penelitian	10
E. Definisi Operasional	11
F. Kajian Pustaka	12
G. Sistematika Penulisan	16

BAB	II	LANDASAN TEORI (Strategi Pemasaran)	18
		A. Pengertian Pemasaran	18
		B. Strategi Pemasaran.....	21
		C. Bauran Pemasaran.....	23
		1. Produk.....	24
		2. Harga.....	25
		3. Promosi	26
		4. Saluran distribusi/tempat	27
		D. Lingkungan Pemasaran	27
		1. Lingkungan internal	28
		2. Lingkungan eksternal.....	30
		E. Matriks Internal-Eksternal	35
		F. Analisis SWOT	36
		G. Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategy Planning Matrix</i>)..	38
		H. Pemasaran dalam Perspektif Islam	39
BAB	III	METODE PENELITIAN	48
		A. Jenis dan Sifat Penelitian	48
		B. Lokasi Penelitian	48
		C. Data dan Sumber Data	49
		D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
		E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	51
BAB	IV	PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN	65
		A. Penyajian Data	65
		B. Laporan Penelitian	68
BAB	V	PENUTUP	100
		A. Simpulan	100
		B. Saran-saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN-LAMPIRAN	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1. Matriks IFE.....	53
2. Tabel 2. Matriks EFE.....	55
3. Tabel 3. Matriks IE.....	59
4. Tabel 4. Matriks SWOT.....	60
5. Tabel 5. <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	62
6. Tabel 6. Nama-Nama Jenis Kerudung Segi Empat	67
7. Tabel 7. Nama-Nama Jenis Kerudung Persegi Panjang	68
8. Tabel 8. Perhitungan Matriks IFE.....	81
9. Tabel 9. Perhitungan Matriks EFE	83
10. Tabel 10. Hasil Matrik IE	84
11. Tabel 11. Hasil Matriks SWOT	90
12. Tabel 12. Prioritas Strategi Pemasaran Produk Helwa Hijab di Kota Banjarmasin	93