

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMASARAN TEH GAHARU PADA
PT. MITRA ALAM SEMESTA INDONESIA
KABUPATEN BANJAR**

SKRIPSI

**OLEH
MARYANI NATARINA**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2022 M/1444 H

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMASARAN TEH GAHARU PADA
PT. MITRA ALAM SEMESTA INDONESIA
KABUPATEN BANJAR**

SKRIPSI

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

Oleh :

Maryani Natarina

170101050096

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2022 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maryani Natarina

NIM : 170101050096

Tempat/Tgl. Lahir : Gambut/21 Maret 1998

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 pengambil alihan 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, 07 September 2022

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Maryani Natarina


PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Faktor Yang Mempengaruhi Pemasaran Teh Gaharu Pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia Kabupaten Banjar
Ditulis oleh : Maryani Natarina
N I M : 170101050096
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Tempat dan tanggal lahir : Gambut, 21 Maret 1998
Alamat : Jl. A. Yani KM 14.800 RT 22A RW 08
Kecamatan Gambut, Kelurahan Gambut
Kabupaten Banjar

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

Mengetahui, Banjarmasin, 30 Agustus 2022
Ketua Program Studi Ekonomi Dosen Pembimbing,
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Antsari Banjarmasin,


Rohana Faridah, S.E., M.M.
NIP. 197804272009012010


Patimatu Jahra, S. Ag., M. Si.
NIP. 197404182002122001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu Pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia Kabupaten Banjar”, ditulis oleh Maryani Natarina, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin
Tanggal : 26 september 2022
Dinyatakan : Lulus
Dengan predikat : A (82, 4)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



DR. H. Sukarni, M.Ag.
NIP.196304171991021001

Tim Penguji

Nama	TandaTangan
1. Drs. Nispan Rahmi, M. Ag (Ketua)	
2. Dra. Fithriana Syarqawie, MHI (Anggota)	
3. Patimatu Jahra, S. Ag., M. Si (Anggota)	
4. Fahrudin, S. AB., M. E. (Anggota)	

ABSTRAK

Maryani Natarina, 2022. *Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu Pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia Kabupaten Banjar.* Skripsi, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Bisnis Dan Ekonomi Islam. Pembimbing Patimatu Jahra S. Ag, M.Si

Kata kunci : Pengaruh, Pemasaran, Bauran Pemasaran.

Dalam pemasaran ada faktor yang memengaruhinya, hal ini dapat memacu penjualan, pengenalan brand atau merk dapat dikenal oleh masyarakat hingga perusahaan mendapatkan keuntungan atau laba. Sehingga penulis tertarik melihat adanya peluang besar teh gaharu Masindo dapat bersaing dan maju dengan merk teh lainnya karena teh ini mempunyai khasiat juga dan menjadi daya tarik kepada masyarakat untuk mengenal teh gaharu Masindo.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam mencari informasi melakukan wawancara kepada pemilik teh perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, selanjutnya dilakukan analisis untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

Dengan teknik analisis kualitatif peneliti dapat menghasilkan kesimpulan: *pertama*, faktor yang memengaruhi pemasaran teh gaharu Masindo adalah bauran pemasaran atau *marketing mix 4P*. Yaitu produk nya yang mempunyai khasiat dan manfaat, harganya yang masih terjangkau dan bisa dibeli karena tidak terlalu mahal dan sesuai dengan khasiatnya, pendistribusiannya luas melalui *markertplace* dan penjualannya sampai luar negeri, promosi yang dilakukan bagus sehingga banyak orang yang mengetahui teh ini dengan segala manfaatnya sehingga membuat daya tarik pada masyarakat. *Kedua*, faktor dominan yang memengaruhi pemasarannya ada dua menurut penulis yaitu produk dan promosi. Produk teh gaharu Masindo ini mempunyai khasiat dan kemaslahatan dan sesuai dengan pangsa pasar. Dengan promosi yang dilakukan lah maka teh gaharu Masindo dapat dikenal oleh masyarakat.

MOTTO

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR. Tirmidzi)

”Lalui dengan sabar dan iklas, niatkan untuk Allah dan orang tua. Ujian akan selalu ada. Badai pasti berlalu”

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbil alamin* tak hentinya tercucapkan atas rasa syukur kepada Allah SWT. Atas taburan rasa sayang dan cinta kasih-Nya yang telah menganugerahkan kekuatan dan ketabahan, membekaliku dengan ilmu yang tak terhingga, serta karunia dan petunjuk kemudahan yang telah Engkau berikan. *Alhamdulillah* akhirnya skripsi yang sangat sederhana ini dapat saya selesaikan.

Salawat dan salam *Allahumma sholli ala sayyidina Muhammad wa ala ali sayyidina Muhammad* selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau yang telah membawa kita dari zaman biadab hingga zaman beradab.

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang tercinta dan orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang luar biasa, yaitu kepada:

Terimakasih kepada orang tua tercinta yang tidak pernah lelah untuk memotivasi, memberikan dukungan, serta materi. Berjuang banting tulang untuk biaya pendidikan hingga saya sampai keperguruan tinggi hingga sampai saat ini, selalu memberikan yang terbaik untukku, serta selalu menyertai setiap langkahku dengan segala kerja keras, titik peluh serta diiringi do'a-do'anya.

Terimakasih kepada semua yang turut mendukung dan terlibat dalam pengerjaan skripsi ini, pemilik teh gaharu Masindo yaitu Bapak Muhammad Mahfud, S. E. Dan istri beliau yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di PT. Mitra Alam Semesta Indonesia sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian saya.

Terimakasih juga untuk seluruh teman-teman seperjuangan di Jurusan Ekonomi Syariah khususnya lokal A 2017 yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta ikut andil dalam perjuangan skripsi bagian dalam kenangan masa-masa kuliah yang menyenangkan dan lebih berarti, kelak semuanya akan menjadi cerita indah kita di hari tua nanti.

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	sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	T	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

مُتَكَبِّر	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
الْقُدُوس	Ditulis	<i>al-qudus</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جَامِعَة	Ditulis	<i>jami'ah</i>
مَكْتَبَة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

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

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

المَكْتَبَة الْجَمِيلَة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jamilah</i>
-------------------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	A
◌ِ	Kasrah	ditulis	I
◌ُ	Dammah	ditulis	U
شَكَر	Fathah	Ditulis	Syakara
قَرَأَ	Kasrah	Ditulis	quri'a
يَنْطِقُ	Dammah	Ditulis	Yantiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif	Ditulis	<i>a</i>
	كاملة	Ditulis	<i>kamilah</i>
2	fathah + ya mati	Ditulis	<i>a</i>
	صلى	Ditulis	<i>salla</i>
3	kasrah + ya mati	Ditulis	<i>i</i>
	شديد	Ditulis	<i>syadid</i>
4	dammah + wawu mati	Ditulis	<i>u</i>
	صدر	Ditulis	<i>sudur</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati	Ditulis	<i>Ai</i>
	رويد	Ditulis	<i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
	وفرعون ذي الأوتاد	Ditulis	<i>wa fir'auna zi al-autad</i>

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

أنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الكتاب	Ditulis	<i>al-kitab</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>as-subhu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-walidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil alamin segala puji bagi Allah SWT. atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. salawat serta salam *Allahumma sholli ala sayyidina Muhammad wa ala ali sayyidina Muhammad* selalu kita haturkan kepada panutan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dan khilaf serta segala kekurangan, penulis merasa sangatlah bersyukur dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu Pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia Kabupaten Banjar”, sebagai satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

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

1. Dr. H. Sukarni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE., MM dan M. Qamaruddin, ME. selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Patimatu Jahra S. Ag., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, masukkan serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. bapak Ibu Dosen Faklta Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Bnajarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Semga Allah SWT. memblas 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 hukum Islam, aamiin.

Banjarmasin, 06 September2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maryani Natarina', written in a cursive style.

Maryani Natarina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Definisi Operasional	5
F. Penelitian Terdahulu	7
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II PEMASARAN DAN FAKTOR YANG MEMENGARUHINYA	11
A. Pemasaran.....	11
B. Pemasaran Syariah	15
C. Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran	22
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	28
D. Data dan Sumber Data	28
E. Metode Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
G. Tahapan Penelitian	31
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	33

A. Penyajian Data.....	33
1. Sejarah Singkat PT. Mitra Alam Semesta Indonesia	33
2. Struktur Organisasi	35
3. Visi dan Misi	36
4. Informan	36
B. Analisis Data	37
1. Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran.....	43
2. Faktor Dominan Yang memengaruhi Pemasaran	50
BAB V PENUTUP.....	53
A. Simpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	