

**ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN  
OMzet PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA**  
**(Studi Kasus Cabang Awam Homestore dan Awam Swalayan Babat I)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Oleh :

**FRANSISKA ARPITA SARI**

NIM : I000180016

NIRM : 18/X/02.1.2/0787

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2022**

## **NOTA DINAS PEMBIMBING**

Surakarta, 29 November 2021

Kepada Yth,

Ketua Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Di Surakarta

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi yang berjudul :

**ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN  
OMZET PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA (Studi Kasus  
Cabang Awam Homestore Dan Awam Swalayan Babat I)**

Yang di tulis oleh :

Nama : Fransiska Arpita Sari

Nim : I000180016

Progam Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah sudah di munaqosyahkan dalam rangka dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

*Wassalamu 'alaikum wr.wb*

Pembimbing,



Yayuli, S.Ag.,M.P.I

NIDN.0612056404

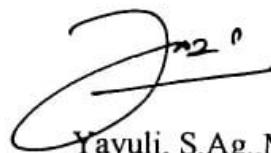
## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama	Fransiska Arpita Sari
NIM	I000180016
NIRM	18/X/02.1.2/0787
Fakultas	Agama Islam
Program Studi	Hukum Ekonomi Syariah
Judul Proposal Skripsi	<b>ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA (Studi Kasus Cabang Awam Homestore dan Awam Swalayan Babat I)</b>

Menyetujui

Surakarta, 29 November 2021

Pembimbing



Yayuli, S.Ag., M.PI  
NIDN. 0612056404

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA (Studi Kasus Cabang Awam Homestore dan Awam Swalayan Babat I)**

Penyusun : Fransiska Arpita Sari NIM : I000180016

NIRM : 18/X/02.1.2/0787

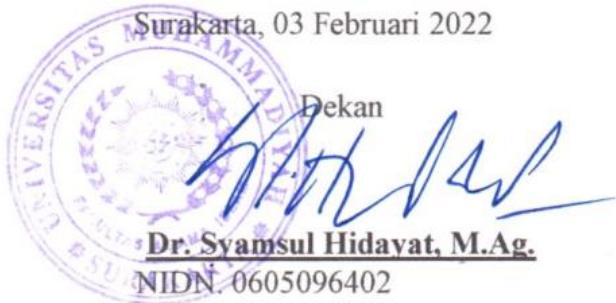
Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

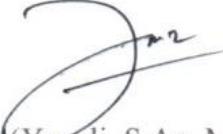
Tanggal Ujian : 03 Februari 2022

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Surakarta, 03 Februari 2022



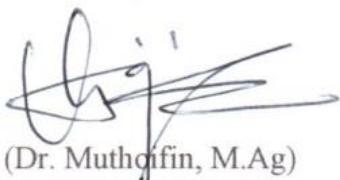
Pengaji I

  
(Yayuli, S.Ag.,M.P.I)  
NIDN.0612056404

Pengaji II

  
(Fauzul Hanif Noor Athieef,Lc.,M.Sc.)  
NIDN.0622059102

Pengaji III

  
(Dr. Muthqifin, M.Ag)  
NIDN.0606098001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransiska Arpita Sari  
NIM : I000180016  
NIRM : 18/X/02.1.2/0787  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya Saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dirujuk sumbernya.

Surakarta, 28 November 2021

Saya yang menyatakan,



Fransiska Arpita Sari

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا...<sup>١٣</sup>

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

## **PERSEMBAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sujud syukurku kusembahkan kepada-Mu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi, atas takdir-Mu Engkau telah menjadikan aku manusia yang mulanya bodoh senantiasa bisa berfikir, berilmu, dan bersabar menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-citaku.

Dalam setiap langkahku, aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan dariku, meski belum semua itu bisa kuraih saat ini. Insya Allah impian itu akan terjawab dimasa depan yang penuh dengan tangis kebahagiaan nantinya. Kupersembahkan terima kasihku kepada:

1. Ibunda tercinta Sulaemi yang telah melahirkan dan merawat saya, mencintai, mendoakan saya dan mendukung segala hal positif yang saya pilih.
2. Ayahnda tercinta Sukadi yang telah bekerja keras tanpa viingka untuk segala keperluan hidup saya selama viingkatannya dan keluarga.
3. Adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan hingga saat ini (Mahella Fitriani, Dzulfa Noor Fadhila, Anindhita Keisha Zahra).
4. Mbah Sulaeman dan Mbah Situm yang selalu menjadi orang tua kedua ketika orang tua jauh di perantauan.
5. Teman setiaku yaitu Farida, Risa, Defi yang selalu mendukungku menyelesaikan skripsi.
6. M. Ainun Najib yang tak heti-hentinya memberi semangat, bantuan apapun untuk menyelesaikan skripsi.
7. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

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

### 1. Konsonan Tunggal

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Keterangan</b>
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
س	sa'	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	ha'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ڙ	Zal	ڙ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ڙ	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ڙ	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	ṣād	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En'
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	ˋ	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

عَدَّة	Ditulis	‘iddah
--------	---------	--------

3. Ta' marbūtah

- a. Bila dimatikan ditulis h

هَبَّة	Ditulis	hibah
--------	---------	-------

جزية	Ditulis	jizyah
------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	karāmah al-auliyā’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbūtah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dan ḥammah ditulis “t”

زكاة الفطر	Ditulis	zakātul fitri
------------	---------	---------------

#### 4. Vokal Pendek

ڦ	Kasrah	Ditulis	i
ڻ	fathah	Ditulis	a
ڻ	ḥammah	Ditulis	u

#### 5. Vokal Panjang

fatḥah + alif → contoh: جاهلية	Ditulis	ā → jāhiliyah
fatḥah + alif layyinah → contoh: يسعي	Ditulis	ā → yas‘ā
kasrah + ya’ mati → كريم	Ditulis	ī → karīm

ڏam̥māh + wāwu mati → فروض	Ditulis	ū → furūd
----------------------------	---------	-----------

## 6. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati → contoh: بَيْنَكُمْ	Ditulis	ai → bainakum
fathah + wāwu mati → contoh: قَوْلٌ	Ditulis	Au → qaulun

## 7. Huruf Sandang “ال”

Kata sandang “ال” ditransliterasikan dengan “al” diikuti dengan tanda penghubung “-“, baik ketika bertemu dengan huruf qamariyyah maupun huruf syamsiyyah; contoh :

القَام	Ditulis	al-qalamu
الشَّمْس	Ditulis	al-syamsu

## 8. Huruf Kapital

Meskipun tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasi huruf kapital digunakan untuk awal kalimat, nama diri, dan sebagainya seperti ketentuan EYD. Awal kata sandang pada nama diri tidak ditulis dengan huruf kapital;

وَ مَا مُحَمَّدٌ أَلَا رَسُولٌ	Ditulis	Wa mā Muḥammadun illā rasūl
--------------------------------	---------	-----------------------------

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA (Studi Kasus Cabang Awam Homestore Dan Awam Swalayan Babat I)**

Pelaksanaan transaksi jual beli dibutuhkan adanya marketing yang tepat. Marketing yang tepat akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Marketing merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun lokasi penelitian bertempat di PT. Awam Bersaudara. Subjek dalam penelitian ini adalah dari pemilik toko, karyawan, dan pembeli di PT Awam Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Sedangkan untuk metode pengumpulan data, penulis menggunakan 3 metode pengumpulan data yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada PT. Awam Bersaudara maka menggunakan strategi marketing syariah diantaranya menggunakan: 1) Marketing syariah Strategi untuk *mind-share*, 2) Marketing syariah Tactic untuk *market share*, 3) Marketing syariah value untuk *heart share*, 4) Menggunakan strategi marketing mix 4 P (*Product, place, price, promotion*). Dari empat strategi tersebut terdapat hal yang menjadi penunjang untuk meningkatkan omzet pada PT. Awam Bersaudara diantaranya harga yang murah, lokasi berada di tengah kota, selain itu mereka juga menggunakan media online. Media online ini berawal pada masa pandemi covid-19 seperti, shopee, tiktok, instagram, tokopedia. Dengan alasan untuk mempertahankan omzet agar meningkat walaupun pada masa pandemi.

**Kata Kunci:** Marketing Syariah, Omzet Penjualan, Pemasaran

## **ABSTRACT**

### ***SHARIA MARKETING ANALYSIS IN INCREASING SALES TURNOVER IN PT. AWAM BERSAUDARA (Case Study Of Homestore Layman And Babat Supermarket I Layman)***

*The implementation of buying and selling transactions requires proper marketing. Appropriate marketing will influence the consumer's decision to choose a product. Marketing is a system of related business activities that aims to plan, promote, and distribute the goods and services the company provides to consumers to meet the needs and wishes of consumers.*

*The research belongs to the field research (Field Research) type with descriptive qualitative methods. The research site is in PT. Awan Bersaudara are lying down. The subjects of this study are shopkeepers, employees and buyers of PT Awam Bersaudara, Babat Subdistrict, Lamongan District. In terms of data collection methods, the author adopts three data collection methods: observation method, interview method and documentary record method.*

*The result of this research is to increase PT Awam bersaudara and sisters then use Shariah marketing strategies, including: 1) Shariah marketing strategy for thought share, 2) Shariah marketing strategy for market share, 3) Shariah value marketing for heart share, 4) Use 4P marketing mix strategies (products, locations, prices, promotions). Among the four strategies, something supports increasing PT's turnover. Lay Brothers includes cheap prices, location in the city center, and they also use online media. This kind of online media started during the covid-19 pandemic, such as shopee, tiktok, instagram, tokopedia. Even during the pandemic, there are reasons to keep turnover increasing.*

***Keywords: Sharia Marketing, Sales Turnover, Marketing***

## **KATA PENGANTAR**

Syukur *Alhamdulillah* segala puji dihaturkan hanya kepada Allah SWT, *Rabb* semesta alam yang Maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya kepada semua makhluk-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah pada nabi akhir zaman Muhammad Shallalahu'alaihi wa Salam, berserta keluarga dan para sahabatnya. Atas izin Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

**“ANALISIS MARKETING SYARIAH DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA PT. AWAM BERSAUDARA (Studi Kasus Cabang Awam Homestore dan Awam Swalayan Babat I)”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dalam program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tentunya selama penulisan skripsi ini, penulis tidak luput dari bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsul Hidayat, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Fauzul Hanif Noor Athief, Lc., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

4. Bapak Yayuli, S.Ag, MPI., selaku dosen pembimbing skripsi ini, saya ucapkan terima kasih atas bimbingannya yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bantuan, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Terima kasih untuk keluargaku, Kedua orang tuaku, yang selalu berdoa untuk keberhasilan anak-anaknya, yang selalu memberikan semangat, mendidik anaknya, mencintai anaknya dan selalu memenuhi kebutuhan anaknya, serta untuk adik-adik yang selalu membuat penulis lebih semangat lagi kedepannya.
6. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menjadi anak rantaui di Solo, Shafa, Lala, Mela, Umik, Ardis, Silvi semua temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk segala kebaikan dan doanya.
7. Teman-teman Program Studi Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi dan saling membantu selama ini.
8. Pihak PT. Awam Bersaudara Babat yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi selama penulis penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Surakarta, 28 November 2021

**Fransiska Arpita Sari**  
NIM: I000180016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
KATA PENGANTAR .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metodologi Penelitian .....	5
1. Pendekatan Penelitian.....	5
2. Sumber Data .....	5
3. Tempat dan Obyek Penelitian .....	6
4. Metode Pengumpulan Data .....	7
5. Metode Analisa Data .....	8
6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
A. Tinjauan Pustaka .....	10
B. Tinjauan Teori .....	13

1.	Pengertian Marketing (Pemasaran) .....	13
2.	Pengertian Marketing Syariah.....	16
3.	Karakteristik Marketing Syariah.....	19
4.	Praktek Marketing Syariah.....	22
5.	Strategi Marketing Syariah .....	22
6.	Dasar Hukum Marketing Syariah .....	29
<b>BAB III</b>	<b>DESKRIPSI DATA .....</b>	<b>33</b>
	Gambaran Umum .....	33
1.	Sejarah Berdirinya PT Awam.....	33
2.	Pembagian Divisi Di PT Awam .....	38
3.	Lokasi PT Awam Bersaudara .....	39
4.	Visi dan Misi Toko Awam Bersaudara. ....	39
5.	Prinsip-Prinsip dan Budaya PT Awam Bersaudara.....	40
6.	Tujuan dan Sasaran Penjualan toko Awam bersaudara.....	41
7.	Struktur Organisasi .....	43
8.	Pembagian Tugas Masing-masing Bidang. ....	43
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>51</b>
A.	Analisis Marketing Syariah dalam meningkatkan Omzet Penjualan pada PT. Awam Bersaudara (Studi Kasus Cabang Awam Homestore dan Awam Swalayan Babat I) .....	51
B.	Marketing Syariah dalam Meningkatkan Omzet di PT Awam Bersaudara .....	56
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A.	Kesimpulan.....	62
B.	Saran .....	63
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
	<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Stuktur Organisasi.....	43
Tabel 4.1 Wawancara Responden .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Berita Acara Konsultasi.....	68
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Pemilik PT. Awam .....	69
Lampiran 3	Daftar Pertanyaan Responden .....	70
Lampiran 4	Foto dengan Pemilik PT. Awam, Karyawan, Pelanggan .....	71
Lampiran 5	Surat Perizinan dari Kampus .....	76
Lampiran 6	Daftar Riwayat Hidup.....	77