

**STRATEGI MARKETING MADAHARSA PLANNER WEDDING
ORGANIZER SAAT MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020-2022
DITINJAU DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**



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 :

HILMA AFINSA ZULFAH AL AZKA

NIM : I000180204

NIRM : 18/X/02.1.2/0973

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	Hilma Afinsa Zulfah Al Azka
NIM	I000180204
NIRM	18/X/02.1.2/0973
Fakultas	Agama Islam
Program Studi	Hukum Ekonomi Syariah
Judul	STRATEGI MARKETING MADAHARSA PLANNER WEDDING ORGANIZER SAAT MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020- 2022 DITINJAU DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Menyetujui,

Surakarta, 17 Oktober 2022

Pembimbing



Nur Rizqi Febriandika, S.Sy., M.B.A, M.SEI

NIDN. 0608029501

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hilma Afinsa Zulfah Al Azka

NIM : 1000180204

NIRM : 18/X/02.1.2/0973

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 diajukan sumbernya.

Surakarta, 17 Oktober 2022

Saya yang menyatakan,



Hilma Afinsa Zulfah Al Azka

I000180204

NOTA DINAS PEMBIMBING

Surakarta, 17 Oktober 2022

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Di Surakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berjudul :

“Strategi Marketing Madaharsa Planner Wedding Organizer Saat Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022 Ditinjau Dari Perspektif Marketing Syariah”

Yang ditulis oleh:

Nama : Hilma Afinsa Zulfah Al Azka

NIM/NIRM : 18/X/02.1.2/0973

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pembimbing



Nur Rizqi Febriandika, S.Sy., M.B.A, M.SEI

NIDN. 0608029501

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul : STRATEGI MARKETING MADAHARSA
PLANNER WEDDING ORGANIZER SAAT MASA
PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020-2022 DITINJAU
DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Penyusun : Hilma Afinsa Zulfah Al Azka

Nim : I000180204

NIRM : 18/X/02.1.2/0973

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Tanggal Ujian : 14 Desember 2022

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

Surakarta, 28 Desember 2022



Dr. Syamsul Hidayat, M.Ag

NIDN. 0605096402

Penguji I

Nur Rizqi F, S.Sy., M.B.A., M.SEI

NIDN. 0608029501

Penguji II

Fauzul Hamid Noor Athief, Lc., M.Sc

NIDN. 0622059102

Penguji III

Drs. Harun, M.H

NIDN. 0605085701

MOTTO

“Bersabarlah, kalau ada masalah hadapilah karena semua akan indah pada waktunya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan anugerah nikmat serta rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Dengan kerendahan hati saya mempersembahkan penelitian ini kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan saya kesehatan, kekuatan, kesempatan, dan selalu memberi pertolongan selama menyelesaikan skripsi hingga tahap ini.
2. Kedua orang tua saya yang sangat hebat. Bapak Sumardi dan Ibu Latifatul Hijjah, terimakasih banyak karena telah melahirkan, merawat, dan membesarkan saya dengan sabar, ikhlas, cinta dan kasih sayang yang begitu tulus terhadap saya. Serta bentuk kepedulian yang luar biasa selalu memberikan do'a, dukungan, arahan, terutama terhadap pendidikan saya sehingga saya bisa mencapai di titik yang kalian harapkan. Semoga Allah SWT selalu melindungi kalian.
3. Kepada Adik saya tercinta, Yafi' Rofhan Ganif, terima kasih untuk doa, semangat, dan motivasi yang tidak pernah henti engkau berikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada Tegar Resa Aditia yang selalu memberikan semangat, motivasi, mendoakan dan mendengarkan cerita serta segala bantuan yang telah diberikan hingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Terima kasih kepada sahabatku Salsa, Sonya dan Annisa yang sudah mendoakan dan memberikan semangat dalam proses penelitian ini.
6. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan selama kuliah Fajriyanti Fatimah, Sundari, Risna Mukti, Annisa Sallma, Nining Setyowati, dan Deva Mauli yang sudah membantu dan memberikan semangat sehingga terlaksananya skripsi ini. Terimakasih telah mewarnai masa kuliah penulis dengan berbagai hal. Terima kasih telah menjadi bagian dari hidup penulis.
7. Terima kasih Bapak Nur Rizqi Febriandika S.Sy., M.B.A, M.SEI. selaku dosen pembimbing saya, yang telah membantu selama ini, serta membimbing saya dengan penuh sabar, perhatian dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada pemilik Wedding Organizer beserta timnya yang telah membantu memberikan informasi yang penulis butuhkan terkait penelitian ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomer 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Kadang Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	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	ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain		Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
		K	Ka
ل	Lam	L	Em
م	Mim	M	En'
ن	Nun	N	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta' marbūṭah

a. Bila dimatikan ditulis h

هبة	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 sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

b.	كرامة الأولياء	Ditulis	Kāramah al-auliya'
----	----------------	---------	--------------------

ila ta' marbumah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dan dammah ditulis “t”

زكاة الفطر	Ditulis	Zakātul fiṭri
------------	---------	---------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Ḍammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

fathah + alif → contoh: جاهلية	Ditulis	ā → jāhiliyah
fathah + alif → contoh: يسعى	Ditulis	ā → yas'ā
kasrah + ya' mati → كريم	Ditulis	ī → karīm
ḍammah + wāwu mati → فروض	Ditulis	ū → furūḍ

6. Vokal Rangkap

fathah + alif → contoh: جاهلية	Ditulis	ā → jāhiliyah
fathah + alif → contoh: يسعى	Ditulis	ā → yas‘ā
kasrah + ya’ mati → كريم	Ditulis	ī → karīm
ḍammah + wāwu mati → فروض	Ditulis	ū → furūd

7. Huruf Sandang “ال”

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

القلم	Ditulis	al-qalamu
الشمس	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; contoh:

وما محمد الا رسول	Ditulis	Wa mā Muḥammadun illā rasūl
-------------------	---------	-----------------------------

ABSTRAK

STRATEGI MARKETING MADAHARSA PLANNER WEDDING ORGANIZER SAAT MASA PANDEMI COVID-19 TAHUN 2020-2022 DI TINJAU DARI PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Dalam melakukan kegiatan bisnis untuk mencapai target perusahaan tidak banyak perusahaan yang memperhatikan konsep marketing yang berdasarkan syariah. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing yang dilakukan Madaharsa Planner wedding organizer ditinjau dari perspektif marketing syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara pemilik Madaharsa Planner, tim, dan konsumen. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, *website* dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu wawancara, dokumentasi dan *studi literatur*. Kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi marketing yang dilakukan Madaharsa Planner adalah dengan menerapkan bauran marketing 4p (*product, price, place, promotion*). Ditinjau dari perspektif marketing syariah, strategi yang diterapkan oleh Madahara Planner sudah sesuai karena telah mencakup karakteristik marketing syariah yaitu nilai ketuhanan (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyah*), realistis (*waqi'iyah*) dan humanistik (*insyaniyah*). Kemudian Madaharsa Planner juga telah menerapkan nilai bisnis dan manajemen yang dicontohkan Rasulullah seperti : Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah.

Kata kunci : Strategi Marketing, Marketing Syariah, Wedding Organizer

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF MADAHARSA PLANNER WEDDING ORGANIZER DURING THE COVID-19 PANDEMIC 2020-2022 REVIEWED FROM SHARIA MARKETING PERSPECTIVE

In carrying out business activities to achieve company targets, not many companies pay attention to sharia-based marketing concepts. This study aims to find out how the marketing strategy carried out by Madaharsa Planner Wedding Organizer is viewed from a sharia marketing perspective. The method used in this study is descriptive qualitative. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Primary data were obtained from interviews with Madaharsa Planner owners, teams and consumers. While secondary data obtained from books, journals, theses, websites and other sources related to research. Data collection techniques carried out were interviews, documentation and literature studies. Then the data obtained were analyzed using data reduction, data presentation and drawing conclusions. The result of this study is that the marketing strategy used by Madaharsa Planner is to apply the 4P marketing mix (product, price, place, promotion). From a sharia marketing perspective, the strategy implemented by Madahara Planner is appropriate because it includes the characteristics of sharia marketing, namely divine (rabbaniyah), ethical (akhlaqiyah), realistic (waqi'iyah) and humanistic (insyanyiah) values. Then Madaharsa Planner has also implemented the business and management values exemplified by Rasulullah such as: Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah.

Keywords: *Marketing Strategy, Sharia Marketing, Wedding Organizer.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Roobbil' aalamin, segala puji bagi Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Madaharsa Planner Wedding Organizer saat Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2022 Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah”. Shalawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk golongan umat yang mendapat syafaat dari beliau di akhirat kelak. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna, karena tidak ada yang sempurna di dunia ini dan kesempurnaan hanyalah milik Allah. Semoga skripsi dapat bermanfaat dan menjadi inspirasi untuk siapapun yang membacanya.

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah memberikan dukungan dan pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sofyan Anif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. Syamsul Hidayat, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Fauzul Hanif Noor Athief, L,c., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Nur Rizqi Febriandika, S.Sy., M.B.A, M.SEI., selaku pembimbing skripsi yang telah sabar dan meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsinya.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Agama Islam yang telah membantu proses administrasi.
7. Kedua orang tua saya yang selalu senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
8. Adik saya yang selalu memberikan semangat yang tidak henti saat proses penulisan skripsi.
9. Seseorang yang senantiasa memberikan semangat, doa dan bantuannya dari awal proses penulisan skripsi hingga sampai di titik ini.
10. Sahabat saya dan teman Hukum Ekonomi Syariah 2018 yang selalu membantu, memberi semangat dan bertukar pikiran dalam penulisan skripsi.

11. Seluruh responden yang sudah bersedia melakukan wawancara, memberikan informasi dan data.

12. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis tidak dapat membalaskan kebaikan semua pihak hanya ucapan terima kasih, doa dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga seluruh amal dan kebaikan semua pihak yang terlibat dibalas oleh Allah SWT.

Surakarta, 10 Oktober 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a smaller, more complex mark that appears to be the initials 'ZA'.

Hilma Afinsa Zulfah Al Azka

NIM: I000180204

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Strategi Marketing.....	14
2.1.1.1 Konsep Marketing.....	14
2.1.1.2 Konsep Strategi	18
2.1.1.3 Pengertian Marketing.....	21
2.1.1.4 Pengertian Strategi Marketing	24
2.1.1.5 Tahap-tahap Strategi Marketing.....	25
2.1.2 Strategi Pemasaran dalam Perspektif Marketing Syariah	27

2.1.2.1 Pengertian Marketing Syariah.....	27
2.1.2.2 Prinsip-prinsip Marketing Syariah	29
2.1.3 Wedding Organizer	35
2.1.4 Syirkah Inan.....	38
2.1.4.1 Pengertian <i>Syirkah Inan</i>	38
2.1.4.2 Dasar Hukum Syirkah.....	39
2.1.4.3 Syarat dan Rukun <i>Syirkah Inan</i>	40
2.1.5 Ijarah.....	41
2.1.5.1 Pengertian Ijarah	41
2.1.5.2 Dasar Hukum Ijarah	41
2.1.5.3 Macam-macam Ijarah	42
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Kerangka Konseptual	47
2.3.1 Kerangka Berpikir.....	47
2.3.2 Kerangka Konseptual.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	50
3.2 Lokasi Penelitian	50
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4 Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum.....	53
4.1.1 Sejarah Madaharsa Planner Wedding Organizer	53
4.1.2 Visi Dan Misi Madaharsa Planner	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Strategi Marketing Madaharsa Planner Wedding Organizer Saat Pandemi Covid-19	55
4.3 Analisis Penelitian	66
4.3.1 Analisis Strategi Marketing Madaharsa Planner	66
4.3.2 Analisis Strategi Marketing Madaharsa Planner Wedding Organizer dalam Perspektif Marketing Syariah	75
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85

5.2 Saran.....	87
5.3 Implikasi Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Wedding Package Madaharsa Planner	56
Gambar 4.2. Brosur Harga WO Madaharsa Planner	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Analisis Strategi Marketing Madaharsa Planner Wedding Organizer ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah.....	83
------------------	--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Berita Acara Konsultasi Skripsi	92
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara dengan Founder Madaharsa Planner.....	94
Lampiran 3 : Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen Madaharsa Planner	95
Lampiran 4 : Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Founder Madaharsa Planner	96
Lampiran 5 : Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Konsumen Madaharsa Planner	99
Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup.....	100