

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Perkembangan usaha dalam era global saat ini menuntut setiap perusahaan untuk mengoptimalkan sumber daya yang baik dalam bidang produksi, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran agar mampu bersaing dalam pasaran domestic maupun manca negara.

Peranan pemasaran semakin penting, keberhasilan usaha suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Dengan keadaan seperti ini tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan tersebut.<sup>1</sup> Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Dalam hal ini pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Pemasaran islami

---

<sup>1</sup> Fandi Ahmad Munadi, *Analisis Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor, Universitas Gunadarma*, hlm. 1.

merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip islam dan muamalah dalam islam.<sup>2</sup>

Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.<sup>3</sup>Pemasaran merupakan ujung tombak bagi perusahaan dalam memperkenalkan produknya secara efektif dan efisien, sehingga perusahaan mampu mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjangnya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.<sup>4</sup>Secara definitive dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.<sup>5</sup>

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini terjadi karena pelaku pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

---

<sup>2</sup> Buchari Alma, “ *Manajemen Bisnis Syariah* “, ( Bandung; Alfabeta, 2016 ), hlm. 340

<sup>3</sup> Philip Kotler, *manajemen pemasaran: Analisis, Perencanaan dan pengendalian*, Jilid 1, trj. Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 5

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta; PT Raja wali Press, 2013), hlm. 5

<sup>5</sup> Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing*, ( Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 17

Kegiatan pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh perusahaan yang berorientasi profit saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli perusahaan yang berorientasi profit, bahkan usaha sosialpun sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan berorientasi profit seperti bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit dimana kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk di jalankan.<sup>6</sup>

Islam memandang bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dan orientasi pemasaran adalah pasar, sebab pasar merupakan mitra sasaran dan sumber penghasilan yang dapat menghidupi dan mendukung pertumbuhan perusahaan. Strategi pemasaran juga merupakan bagian dari aktivitas pemasaran. Dalam Islam ketika memasarkan produk ada aturan-aturan yang harus dipenuhi baik itu dalam hal produk, konteks harga, distribusi, maupun dalam konteks promosi. Spiritual adalah strategi yang paling tepat dan paling unggul dan strategi ini bisa memayungi berbagai macam strategi lainnya. Inti dari spiritual marketing ini adalah kejujuran yang dilandasi dengan keyakinan akan kebesaran Allah SWT, yang akan mengawasi setiap perbuatan manusia.

Toko Gaul Collection merupakan usaha bisnis islam dalam bidang perdagangan pakaian di Kabupaten Pamekasan. Lokasi Toko tersebut ada di Jalan Mandilaras Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa

---

<sup>6</sup> Kasmir, *pemasaran bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 50-52

perkembangan usaha Toko Gaul Collection dari tahun ke tahun semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari awal berdirinya tahun 2014 hingga sekarang, Toko Gaul Collection sudah mampu membuka cabang di Jalan Dharma. Daya saing dari Toko Gaul Collection yaitu memiliki jaringan kerja, suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing jika tidak mempunyai jaringan kerja, koordinasi dan sinergi dengan lembaga-lembaga bisnis lainnya. Namun masih terdapat beberapa kelemahan yang ada pada Toko Gaul Collection seperti kurang kelengkapan produknya, dan masih banyak juga produk-produk yang belum terjual dan jika dilihat dari sesi promosi kurang efektif, karena hanya dilakukan melalui internet. Hal ini dapat menimbulkan masalah dalam pemasaran mengingat banyaknya produk sejenis yang ada di pasaran, dan pada akhirnya berdampak pada volume penjualan. Pemasaran itu selalu dikaitkan dengan perdagangan. Selain itu, dalam kegiatan perdagangan (muamalah) Islam melarang adanya unsur manipulasi atau penipuan. Sebagaimana Nabi Muhammad SAW: “jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah 4 dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan. “(HR. Muslim, An Nasa’i dan Ibnu Majah). Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong alias harus berkata jujur atau benar. Pada dasarnya ada beberapa sifat dalam etika pemasaran syariah yang harus dilakukan oleh seorang produsen yaitu bersifat jujur, amanat dan nasihat. Jujur artinya tidak ada unsur penipuan. Misalnya dalam hal promosi atau penetapan harga. Amanat dan nasihat bahwa seseorang produsen dipercaya memberi yang terbaik dalam produksinya, sehingga membawa kebaikan dalam penggunaannya. Berdasarkan uraian permasalahan di

atas, maka penulis perlu melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Strategi Pemasaran Toko Pakaian Gaul Collection di Pamekasan**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Toko Gaul Collection dalam mempertahankan persaingan produk usahanya di Kabupaten Pamekasan ?
2. Apakah pemasaran yang diterapkan Toko Gaul Collection sudah sesuai dengan prinsip syariah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi yang dipakai oleh Toko Gaul Collection untuk menarik minat konsumen.
2. Untuk menganalisis kesesuaian pemasaran pada Toko Gaul Collection dengan prinsip syariah.

#### **D. Kegunaan penelitian**

Setiap aktivitas, terutama usaha penelitian yang berusaha untuk menemukan konsep-konsep baru dalam bidang tertentu, akan lebih bermakna jika hasil penelitian tersebut dapat berhasil guna bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

##### **1. Bagi IAIN MADURA**

Bagi IAIN Madura, yaitu sebagai sumbangsih pemikiran terhadap *khazanah* literatur perpustakaan yang dapat di baca oleh mahasiswa dalam rangka memperkaya referensi dan mampu mengembangkan pemasaran para pedagang pakaian di pasar tradisional dengan baik dalam keperluan penelitian dalam bidang ekonomi maupun tugas akademik.

##### **2. Bagi Peneliti**

Kegunaan bagi peneliti merupakan sebagai jalan untuk mengembangkan kemampuan kepekaan berfikir. Juga untuk memadukan antara ilmu yang telah peneliti peroleh di bangku kuliah dengan realitas sosial yang ada di lapangan secara praktis. Serta hasil penelitian ini akan menjadi pengalaman yang akan memperluas wawasan pengetahuan.

##### **3. Bagi Penjual**

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran bagi para penjual untuk mampu memberikan kontribusi besar terhadap keseimbangan harga sehingga pasar dapat berkembang dengan baik dan tidak mengalami masalah-masalah.

##### **4. Bagi Masyarakat (pembeli)**

Diharapkan dapat menambah informasi kepada khalayak umum bahwa toko pakaian Gaul Collection memiliki keunggulan tersendiri yang harus selalu dijaga dan diperhatikan dalam memperhatikan pertumbuhan ekonomi dan memberikan kepuasan bagi pembeli dalam mengkonsumsi barang yang ada di toko tersebut.

#### **E. Definisi Istilah**

Untuk lebih mudah memahami makna, akan dijelaskan beberapa istilah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa akan datang.
2. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.
3. Penjual/Pedaganga dalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka. Pedagang adalah orang atau instansi yang memperjual belikan produk atau barang ke pada orang baik secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang merupakan mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.

Berdasarkan pengertian istilah-istilah tersebut, maka secara keseluruhan yang dimaksud dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Toko Pakaian Gaul Collection di Pamekasan*” adalah strategi pemasaran pakaian yang dilakukan untuk menunjang proses produk dan penjualan yang kemudian akan membuat minat konsumen akan pakaian terus meningkat.