

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT BELANJA**  
(Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jalan Jawa, Kota Pematangsiantar)

Oleh :

**FATWA NASYA AL HADI**  
**NIM. 0501182091**

**Program Studi**  
**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2022 M / 1444 H**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT BELANJA**  
(Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jalan Jawa, Kota Pematangsiantar)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Oleh :

**FATWA NASYA AL HADI**  
**NIM. 0501182091**

**Program Studi**  
**EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2022 M / 1444 H**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang betandatangani di bawah ini:

Nama : Fatwa Nasya Al Hadi  
NIM : 0501182091  
Tempat/Tanggal Lahir : Pematangsiantar, 20 Desember 1999  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jalan Sidorukun No.129 Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Belanja (Studi Kasus Toko Sedekah Online Jalan Jawa Kota Pematangsiantar)”** bahwa benar karya asli saya kecuali kutipan-kutipan yang saya sebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Medan, 1 Agustus 2022

Yang membuat Pernyataan



**FATWA NASYA AL HADI**  
**NIM. 0501182091**

## PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT BELANJA

(Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jalan Jawa, Kota Pematangsiantar)

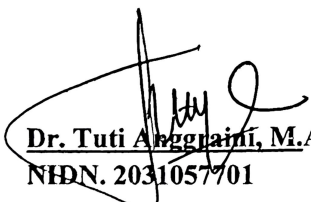
Oleh:

**Fatwa Nasva Al Hadi**  
0501182091


Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)  
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 5 Juli 2022


Pembimbing I

  
**Dr. Tuti Anggraini, M.A**  
NIDN. 2031057701

Pembimbing II

  
**Rahmi Syahriza, M.A**  
NIDN. 2003018501

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

  
**Imsar, M.Si**  
NIDN. 2003038701

## PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT BELANJA (STUDI KASUS TOKO SEDEKAH ONLINE, JALAN JAWA, KOTA PEMATANGSIANTAR)” oleh Fatwa Nasya Al Hadi, NIM 0501182091 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 11 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam.

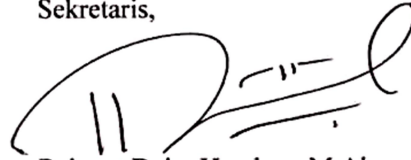
Medan, 11 Agustus 2022  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,



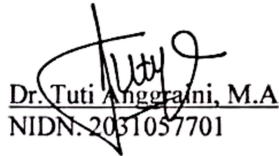
Imsar, M.Si  
NIDN. 2003038701

Sekretaris,



Rahmat Daim Harahap, M.Ak  
NIDN. 0126099001

Anggota



Dr. Tuti Anggrani, M.A  
NIDN. 2031057701



Rahmi Syahriza, M.A  
NIDN. 2003018501




Imsar, M.Si  
NIDN. 2003038701



Khairina Tambunan, M.E.I  
NIDN. 0112018501



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN-SU Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag  
NIDN. 2023047602

## ABSTRAK

**Fatwa Nasya Al Hadi (2022)**, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Belanja (Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jalan Jawa, Kota Pematangsiantar)” dibawah bimbingan Ibu Dr. Tuti Anggraini, M.A sebagai Pembimbing I dan Ibu Rahmi Syahriza, M.A sebagai Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran untuk menarik minat belanja di Toko Sedekah Online. Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan penulis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Kemudian untuk mengetahui hasil dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran untuk menarik minat belanja menggunakan matriks IFAS dan EFAS dapat diidentifikasi sebagai faktor yang penting baik dari lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari minat belanja. Hasil analisis yang didapat adalah *growth oriented strategy*, strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan dan peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal. Strategi ini dipilih karena hasil perhitungan berada pada kuadran I dimana total skor kekuatan-kelemahan adalah 2,84 dan total skor peluang-ancaman adalah 2,34. Posisi pada kuadran ini sangat menguntungkan dan dapat diterapkan secara maksimal. Minat belanja konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan promosi dengan konsep berbelanja sambil bersedekah dan memberikan pemahaman kepada konsumen tentang manfaat dan pentingnya bersedekah bagi kehidupan bermasyarakat dengan menggunakan perkembangan teknologi yang ada untuk lebih memudahkan konsumen berbelanja di Toko Sedekah Online.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Minat Belanja, Analisis SWOT

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

*Alhamdulillahirrabil'alaamiin*, bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah serta karunia-Nya kepada kita semuanya, termasuk saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Belanja (Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jalan Jawa, Kota Pematangsiantar)”. Sholawat beserta salam kepada Baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya di yaumul akhir kelak nanti.

Teristimewa dan terkhusus penulis ucapkan terimakasih yang paling istimewa saya ucapkan kepada keluarga, yaitu Ayahanda Agung Hadi Pramono, Ibunda Edna Yuari Harahap beserta adinda Fathar Haikal Al Hadi dan adinda Zhea Nadhira Almahyra yang telah memberikan bantuan, motivasi dan doa yang tulus serta dukungan moril dan material sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Dalam penyelesaian skripsi ini, saya menghadapi cobaan yang memang menjadi bagian dari suatu perjuangan untuk mencapai tujuan. Namun saya menyadari bahwa ini adalah proses yang harus dihadapi. Oleh karena itu, dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu peneliti baik secara moril maupun materi. Atas segala kerendahan hati, saya mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Kepada Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

3. Kepada Bapak Imsar, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Kepada Ibu Isnaini Harahap, M.A selaku Penasehat Akademik yang mendukung penulis
5. Kepada Ibu Dr. Tuti Anggraini, M.A sebagai Pembimbing I dan Ibu Rahmi Syahriza, M.A sebagai Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta semangat untuk membantu penulis dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Ibu Hj. Deri Sutraningsih, M.Si selaku pemilik Toko Sedekah Online dan seluruh jajaran kepengurusan, yang sekaligus menjadi Narasumber dalam penelitian skripsi ini.
7. Kepada Dimas Azhari yang selama ini juga memberikan dukungan, bantuan dan doa selama perkuliahan, semoga kita seterusnya dapat menjalin silaturahmi dengan baik.
8. Kepada Desianti Lumban Gaol, Nadia Rahmadani dan Selly Wilda Nasution terimakasih kalian selalu memberikan semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman seperjuangan EKI-E 2018 yang saling memberikan pengalaman, semangat dan motivasi. Semoga kemudahan, keberuntungan, kebahagiaan dan Ridho Allah SWT selalu membersamai kita.
10. Kepada teman-teman dari IMSTAR, SEBELAS, TKP, dan K.SDL dan lain sebagainya, yang membersamai selama masa perkuliahan. Semoga komunikasi kita tidak terputus dan saling support satu sama lain.
11. Tak Lupa pula, sangat berterima kasih kepada Diri Sendiri karena telah berjuang, tetap semangat dan pantang menyerah hingga sekarang dalam menghadapi berbagai halangan dan rintangan untuk dapat membantu terselesainya skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat saya tuliskan satu persatu, yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.



Saya berharap bahwa segala Rahmat dan Hidayah-Nya senantiasa selalu dilimpahkan kepada kita semua. Dalam hal ini, saya menyadari bahwa masih adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang sifatnya membangun agar lebih bermanfaat dan dapat menyempurnakan skripsi ini agar para pembaca dan pihak yang membutuhkan dapat terbantu dan dapat digunakan sebagai sumber referensi yang lebih baik.

Akhir kata, saya menyadari skripsi ini tidak luput dari segala bentuk kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, saya berharap semoga karya ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Medan, 11 Agustus 2022

Fatwa Nasya Al Hadi  
NIM. 0501182091

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b>	i
<b>PENGESAHAN</b>	ii
<b>ABSTRAK</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>DAFTAR ISI</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xi
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Batasan Istilah	5
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Strategi Pemasaran	6
a. Pengertian Strategi Pemasaran	6
b. Tujuan dan Manfaat Strategi Pemasaran	8
c. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran	10
d. Pemasaran dalam Islam	11
2. Minat Belanja	12
a. Pengertian Minat Belanja	12
b. Faktor-Faktor Keputusan Dalam Berbelanja	13
3. Jual Beli	16
a. Pengertian Jual Beli	16
b. Dasar Hukum Jual Beli	16
c. Rukun dan Syarat Jual Beli	19
d. Macam-Macam Jual Beli	19
4. Sedekah	20

	a. Pengertian Sedekah-----	20
	b. Dasar Hukum Sedekah-----	22
	c. Manfaat Sedekah-----	24
	B. Penelitian Terdahulu -----	25
	C. Kerangka Pemikiran-----	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Pendekatan Penelitian-----	30
	B. Jenis Penelitian-----	31
	C. Lokasi dan Waktu Penelitian-----	31
	D. Sumber Data -----	31
	E. Teknik Pengumpulan Data -----	32
	F. Teknik Analisis Data dan Analisis SWOT-----	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Deskripsi Toko Sedekah Online-----	43
	1. Sejarah Toko Sedekah Online -----	43
	2. Struktur Organisasi-----	45
	B. Hasil Analisis SWOT Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Belanja di Toko Sedekah Online-----	47
	1. Rekapitulasi Faktor Internal -----	47
	2. Rekapitulasi Faktor Eksternal -----	50
	3. Hasil Penilaian Faktor Internal dan Faktor Eksternal Toko Sedekah Online-----	52
	4. Hasil Matriks Internal dan Eksternal -----	56
	5. Diagram Cartesius Analisis SWOT-----	57
	6. Matriks SWOT -----	58
	C. Pembahasan Hasil Penelitian -----	63
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan-----	67
	B. Saran-Saran-----	68
	<b>DAFTAR PUSTAKA -----</b>	<b>69</b>
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP -----</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

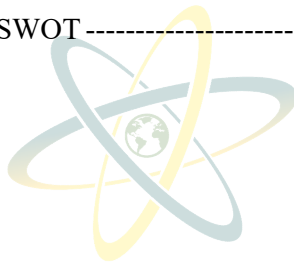
Tabel	Hal
1.1 Pendapatan Bersih Toko Sedekah -----	3
3.1 Matriks SWOT -----	41
4.1 Faktor Internal Kekuatan-----	48
4.2 Faktor Internal Kelemahan -----	50
4.3 Faktor Eksternal Peluang -----	51
4.4 Faktor Eksternal Ancaman-----	52
4.5 Hasil Penilaian Skor Faktor Internal Toko Sedekah Online -----	52
4.6 Hasil Penilaian Skor Faktor Eksternal Toko Sedekah Online -----	53
4.7 Skoring IFAS -----	54
4.8 Skoring EFAS -----	55
4.9 Skor IFAS dan EFAS-----	57
4.10 Matriks SWOT -----	60



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Pemikiran -----	29
3.1 Diagram Analisis SWOT -----	40
4.1 Struktur Organisasi Toko Sedekah Online -----	46
4.2 Matriks Internal dan Eksternal -----	56
4.3 Diagram Cartesius SWOT -----	58



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Tabulasi Jawaban Responden untuk Rating Pada Matriks IFAS -----	72
2 Tabulasi Jawaban Responden untuk Rating Pada Matriks EFAS-----	73
3 Daftar Pertanyaan Wawancara Toko Sedekah Online-----	74
4 Daftar Kuesioner SWOT-----	75
5 Dokumentasi-----	77



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN