

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BUMBU UD NURHALIMAH PASAR
UJUNG BATU KECAMATAN SOSA KABUPATEN PADANG
LAWAS SUMATERA UTARA DALAM
KAJIAN EKONOMI ISLAM**

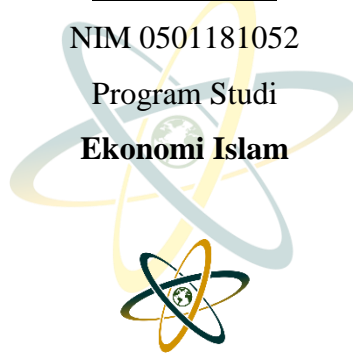
Oleh:

Nazla Daulay

NIM 0501181052

Program Studi

Ekonomi Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
2023 M/1445 H
SUMATERA UTARA MEDAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BUMBU UD NURHALIMAH PASAR
UJUNG BATU KECAMATAN SOSA KABUPATEN PADANG
LAWAS SUMATERA UTARA DALAM
KAJIAN EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Oleh :

Nazla Daulay

NIM 0501181052

Program Studi

Ekonomi Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN**

2023M/ 1445H

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nazla Daulay
NIM : 0501181052
Tempat/ Tanggal Lahir : Pasar Ujung Batu, 26 Juni 2000
Program Studi : Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Desa Pasar Ujung Batu, Kec.Sosa, Kab. Padang
Lawas

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bumbu UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas”, benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 26Desember 2022

Yang membuat pernyataan



Nazla Daulay
NIM: 0501181052

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN BUMBU UD NURHALIMAH PASAR
UJUNG BATU KECAMATAN SOSA KABUPATEN PADANG
LAWAS SUMATERA UTARA DALAM
KAJIAN EKONOMI ISLAM**

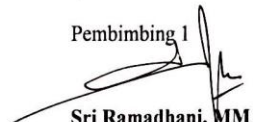
Oleh :

Nazla Daulay


NIM : 0501181052

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi S1 Ekonomi Islam
Medan, 26 Desember 2022


Pembimbing 1


Sri Ramadhani, MM
NIDN. 2015107502

Pembimbing 2


Nuri Aslami, M.Si
NIDN. 2019029303

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Imsar, M.Si
NIDN 2003038701

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bumbu UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara Dalam Kajian Ekonomi Islam". Nazla Daulay NIM.0501181052 Prodi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 25 Januari 2023. Skripsi ini telah diterima dan memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 21 Februari 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua



Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Sekretaris



Rahmat Daim Harahap, M.Ak
NIDN. 0126099001

Anggota

Pembimbing Skripsi I



Sri Ramadhani, MM
NIDN. 2015107502

Pembimbing Skripsi II



Nur Aslami, M.Si
NIDN. 2019029303

Penguji I



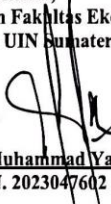
Dr. M. Ridwan, M.Ag
NIDN. 2020087604

Penguji II



Reni Ria Armayani Hasibuan, M.E.I.
NIDN. 2007098804

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Sumatera Utara Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Nazla Daulay, (2022). “Analisis Strategi pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan Bumbu UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara dalam Kajian Ekonomi Islam”. Dengan Pembimbing Skripsi I Sri Ramadhani, MM dan Pembimbing II Nuri Aslami, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa Kabupaten Padang Lawas Sumatera Utara dalam Kajian Ekonomi Islam dengan Analisis SWOT . Penelitian ini merupakan studi lapangan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif; sumber data primer dan sekunder digunakan, dan prosedur pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan ,konsumen dan masyarakat. Fokus Penelitian ini adalah bagaimana penerapan manajemen startegi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di UD Nurhalimah dengan analisis SWOT hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menerapkan strategi marketing mix atau sering disebut sebagai bauran pemasaran yaitu: Strategi Pemasaran Produk, Strategi Pemasaran harga, Strategi Pemasaran Tempat, Strategi Pemasaran promosi. Bersumber pada penelitian analisis SWOT bumbu UD Nurhalimah menunjukkan terletak pada posisi *Aggresive* atau bertumbuh pada strategi (SO). Dimana dalam posisi ini mempunyai posisi yang kokoh serta menggambarkan peluang eksternal yang ada dan menghindari pengaruh potensi negatif dari ancaman.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Kajian Ekonomi Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karna berkat rahmat dan hidayahNYA penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Bumbu dan Bahan Pokok dalam Kajian Ekonomi Islam pada UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa”. Yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Shalawat dan salam yang tak pernah bosan dan jemunya kita berikan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang mana beliau telah membawa kita dari alam yang gelap gulita hingga ke alam yang terang benderang hingga sampai saat ini, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya. Aamin yaa Rabbal`alamiin.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung. Terutama dan teristimewa untuk kedua orang tua saya. Kepada Ayah saya Padeli Daulay dan ibu saya Siti Hayati Hasibuan yang telah memberikan doa dan dukungan secara moril dan materil, terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang telah engkau berikan hingga saat ini. Termakasih sudah menjadi tokoh utama, cinta pertama dan rumah untuk kembali pulang. terimakasih telah mengajarkan banyak hal dari arti bersyukur. Dan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abu Rokhmad, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Muhammad Yafiz, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Imsar, M.Si selaku ketua jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Rahmat Daim Harahap. M.Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Ibu Sri Ramadhani, MM selaku pembimbing skripsi I dan Pembimbing II Nuri Aslami, M.Si. yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
6. Bapak Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Pembimbing Akademik dari semester I-VIII yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan selama kegiatan perkuliahan.
7. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang luar biasa serta membantu penulis dalam kegiatan perkuliahan.
8. Terima kasih kepada UD Nurhalimah dan masyarakat yang sudah mau memberikan informasi kepada penulis.
9. Terimakasih kepada Thunder - Ekonomi Islam C 2018, teman sekelas selama 4 tahun lamanya tempat berkeluh kesah. semoga segala urusan kita dipermudah oleh Allah SWT, amiin ya Rabbal`Alamiin
10. Terima kasih kepada kakak sekaligus my best friend Lansari Daulay menemani dikala susah dan senang. Yang tak pernah lelah memotivasi dan memberikan dukungan
11. Terimakasih kepada kecebong kali atau sebut saja namanya Dessy Ramadhani yang selalu menjadi motivator dikala penulis rapuh dan telah berhasil melegenda di dalam hati.
12. Terimakasih kepada Ummu Khoirutun Nisfah temen dikala hujan terik badai dalam menyelesaikan skripsi ini
13. *For my self*, tak ada kata yang lebih tepat selain ucapan Terimakasih telah hebat sampai dititik ini, *You`re strong*. Ini adalah suatu hal yang tak mudah ingatlah tak peduli seberapa lambat kamu pergi, asalkan kamu tidak pernah berhenti.
14. Terimakasih kepada semua pihak terlibat yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu, kata-kata memang tidak dapat menggambarkan betapa berharganya kalian, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua Amiin yaa Rabbal`alamin

Penulis menyadari Skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi kami dan para pembaca.

Medan, 23 November 2022



Penulis



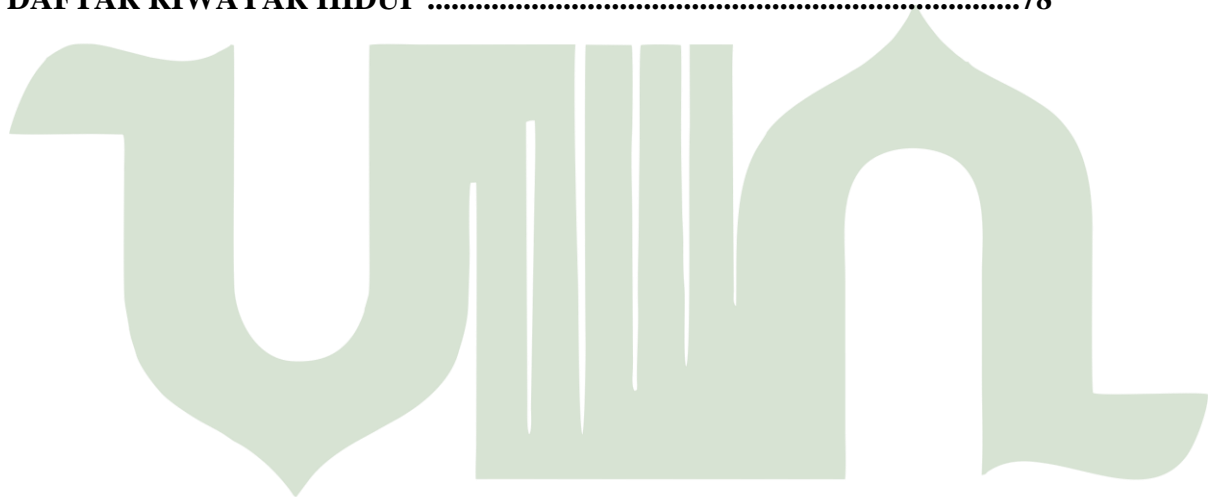
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Batasan Istilah	5
BAB II KAJIAN TEORITIS	7
A. Strategi Pemasaran	7
1. Pengertian Strategi Pemasaran	7
2. Perencanaan Strategi Pemasaran	7
3. Strategi Dalam Menghadapi Persaingan	8
4. Fungsi Strategi Pemasaran	9
B. Volume Penjualan	9
1. Penentuan Volume Penjualan	9
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	9
3. Indikator volume penjualan	10
C. analisis SWOT	11
1. Definisi analisis SWOT	11

2. Faktor Analisis SWOT.....	11
3. Manfaat dan Fungsi Analisis SWOT	12
D. Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran Dalam Ekonomi Islam	12
2. Etika Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam	13
3. Ayat Tentang Strategi Pemasaran dalam Ekonomi Islam	13
E. Penelitian Terdahulu	15
F. kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Subyek dan Objek Penelitian	33
D. Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Tekhnik Analisis Data	34
G. Metode verifikasi data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Profil Bumbu UD Nurhalimah Pasar Ujung Batu Kecamatan Sosa.....	40
2. Visi-misi UD Nurhalimah	41
3. Struktur Organisasi UD Nurhalimah	41
4. Produk-Prodeuk Bumbu UD Nurharimah	41
5. Logo UD Nurhalima	42
B. Temuan Penelitian	43

1. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan	43
2. Volume penjualan UD Nur Halimah	46
3. Strategi Pemasaran Rempah UD Nurhalmah dalam Ekonomi Islam	47
4. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan	50
C. Pembahasan	60
1. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan	61
2. Hasil analisis peran dan strategi Pemasaran UD Nurhalimah	64
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR RIWAYAR HIDUP	78



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Data Penjualan Bumbu Priode 2017-2021.....	3
2. Penelitian Sebelumnya	5
3. Waktu Penelitian	32
4. Nama-Nama Informal	34
5. Martiks IFAS.....	36
6. Matriks EFAS	36
7. Matriks SWOT	36
8. Profil UD Nurhalimah	40
9. Daftar Harga UD Nurhallimah Rempah.....	44
10. Hasil Penjualan Bumbu UD Nurhalimah Rempah	46
11. Analisis SWO.....	50
12. IFAS dan EFAS Analisis Swot Bumbu UD Nurhalimah.....	55
13. Matriks SWOT Bumbu UD Nurhalimah	60



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Kerangka Konseptual.	30
2. Diagram Analisis SWOT	37
3. Struktur Organisasi UD Nurhalimah	41
4. Diagram Analisis SWOT Bumbu UD Nurhalimah	58



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Pedoman Wawancara.....	72
2. Surat Izin Rise.....	74
3. Dokumetasi.....	75
4. Hasil Turnitin.....	77



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN