

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA
KONVEKSI FAYOLA KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan kepada :

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh :

Afi Hilmi Qohiza

22170085

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA
KONVEKSI FAYOLA KABUPATEN PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada :

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Syariah (S.E.)

Pada Program Studi (S-1) Ekonomi Syariah

Oleh :

Afi Hilmi Qohiza

22170085

Pembimbing :

1. Dr. Sri Hartono, S.E., M.M.
2. Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.E., M.E.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

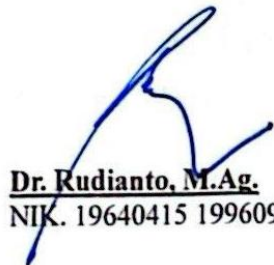
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 24 Juni 2025



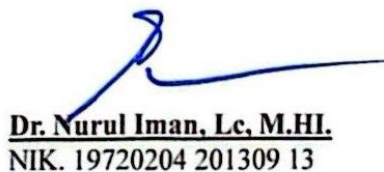
Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.
NIK. 19880515 202007 14

Ketua Penguji



Dr. Rudianto, M.Ag.
NIK. 19640415 199609 12

Penguji I



Dr. Nurul Iman, Lc, M.HI.
NIK. 19720204 201309 13

Penguji II

Mengesahkan
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Dr. Katni, M.Pd.I.
NIK. 19830515 200902 14

Mengetahui,
Kepala Program Study Ekonomi
Syariah
Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Adib Khusnul Rois S.Pd.I., M.E.
NIK. 19910201 202303 13

NOTA PERSETUJUAN MUNAQASYAH

Skripsi oleh Afi Hilmi Qohiza ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Ponorogo, 07 Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. Sri Hartono, S.E., MM

NIK. 19711230 202109 12

Ponorogo, 07 Juni 2025

Pembimbing II,



Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E.

NIK. 19880515 202007 14

Ponorogo, 07 Juni 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Adib Khusnul Rois, S.Pd.I., M.E.

NIK. 19910201 202303 13

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama mahasiswa : Afi Hilmi Qohiza
2. NIM : 22170085
3. Program Studi : Ekonomi Syariah
4. Judul Skripsi : Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada Konveksi Fayola Kabupaten Ponorogo
5. Pembimbing I : Dr. Sri Hartono, S.E., MM
6. Pembimbing II : Nugraheni Fitroh Rezqi S, S.Si., M.E
7. Daftar Konsultasi :

Tanggal	Paragraf Pembimbing		Keterangan
	I	II	
27 September 2025			Pengajuan Proposal
14 Oktober 2025			Pengesahan Proposal
3 Desember 2025			Pengajuan BAB I, II, III
26 Desember 2025			Revisi BAB I, II, III
17 Januari 2025			Pengesahan BAB I, II, III
20 Januari 2025			Bimbingan Pedoman Wawancara
7 April 2025			Pengajuan BAB IV
13 April 2025			Pengajuan BAB IV, V
18 Mei 2025			Revisi BAB IV, V
28 Mei 2025			Pengesahan BAB IV, V
07 Juni 2025			ACC Pembimbing I
07 Juni 2026			ACC Pembimbing II

Ponorogo, 07 Juni 2025

Pembimbing I



Dr. Sri Hartono, S.E., MM

NIK. 19711230 202109 12

Pembimbing II



Nugraheni Fitroh R S, S.Si., M.E

NIK. 19880515 202007 14

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Afi Hilmi Qohiza

NIM : 22170085

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dengan judul :

Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada Konveksi Fayola Kabupaten Ponorogo

Merupakan hasil karya saya pribadi, bukan merupakan tiruan dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari terdapat *klaim* dari pihak lain terkait keaslian karya ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Dosen Pembimbing maupun Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Ponorogo, 07 Juni 2025

Hormat saya,



Afi Hilmi Qohiza

NIM. 22170085

MOTTO

Do what you love and love what you do

(Muhammad Fazzill Alditto)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin,

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Dia-lah Dzat Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Sujud dan syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu, serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Cinta pertama saya, Bapak Moh. Yusup (Alm), rasa sayang kepada beliau tidak pernah berkurang sampai kapanpun. Saat ini saya bisa berasa ditahap ini sebagaimana perwujudan dari harapan beliau. Meskipun pada akhirnya harus melewati perjalanan ini tanpa ditemani beliau. Terimakasih untuk selalu mengajarkan tetap kuat dan sabar. Rasa iri dan rindu yang tak tersampaikan oleh peluk yang tak ada balasan sering membuat saya sering terjatuh, tapi itu semua tidak mengurangi rasa cinta dan bangga atas kehidupan yang beliau berikan.
3. Pintu surga saya, Ibu Inova Tri Susilowati, Perempuan hebat yang menjadi tulang punggung keluarga sekaligus menjalankan dua peran orang tua bagi anaknya. Terimakasih sudah melahirkan dan merawat dengan penuh kasih sayang dan cinta serta doa yang tak henti dipanjatkan agar anaknya bisa tumbuh dewasa sampai diposisi ini. Tolong hidup lebih lama didunia ini.
4. Sosok yang belum diketahui Namanya namun sudah tertulis jelas di *lauhul mahfudz*. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini sebagai upaya memantaskan diri. Semoga kita segera berjumpa dengan versi terbaik masing-masing.
5. Rayanza Malik Ahmad (Cipung), yang sudah menemani saya dari awal perkuliahan sampai akhir, yang selalu menjadi *mood booster* dan semangat bagi peneliti.

6. *Last but not least, Afi Hilmi Qohiza, ya diri saya sendiri! Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai titik ini. Terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun seringkali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba dan menyerah. God thank you for being me independent woman, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh,

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya dengan segala pengetahuan dan kekuasaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa pula penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun dan membawa peradaban manusia dari jaman kegelapan hingga sampailah ke masa yang terang benderang.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat yang diperlukan dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan judul **“Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada Konveksi Fayola di Kabupaten Ponorogo”**. Penulis menyadari adanya penyusunan skripsi ini juga tidak luput dari do'a, bimbingan, dan dukungan dari orang-orang di sekeliling penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah mencurahkan segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo

3. Dr. Katni, S.Pd.I., M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Adib Khusnul Rois, S.Pd.I., M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Dr. Sri Hartono, SE, MM selaku dosen pembimbing satu yang telah membimbing dan memandu penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si, M.E selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan memandu penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staff di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendidik dan membimbing peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi.
8. Teman-teman kelas seangkatan di Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Peneliti



Afi Hilmi Qohiza

ABSTRAK

Qohiza, Afi H. IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA KONVEKSI FAYOLA KABUPATEN PONOROGO. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing Bapak Dr. Sri Hartono, S.E., MM dan Ibu Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E

Kata kunci: Pemasaran syariah, strategi pemasaran, ekonomi Islam

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif tetapi juga berlandaskan nilai-nilai etika dan spiritual. Konveksi Fayola sebagai salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Ponorogo, menerapkan strategi pemasaran syariah sebagai pendekatan untuk meningkatkan penjualan produk sekaligus mencari keberkahan dalam usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Konveksi Fayola, mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam penerapannya, serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Strategi pemasaran syariah yang digunakan didasarkan pada prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, keadilan, dan larangan penipuan dalam setiap proses pemasaran, baik secara online melalui media sosial dan marketplace, maupun secara offline di toko fisik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Fokus kajian mencakup mekanisme strategi pemasaran syariah, tantangan lokasi yang kurang strategis, serta daya saing dengan konveksi lain di wilayah Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran syariah berdampak positif terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan penjualan produk. Namun, tantangan masih ditemui dalam hal promosi digital, keterbatasan sumber daya, dan daya saing pasar. Secara keseluruhan, strategi pemasaran syariah terbukti mampu menjadi alternatif yang berkelanjutan dan bernilai spiritual dalam mengembangkan usaha konveksi. Keberhasilan implementasi strategi ini sangat bergantung pada komitmen pelaku usaha dan konsistensi penerapan prinsip syariah dalam setiap aspek pemasaran.

ABSTRACT

Qohiza, Afi H. IMPLEMENTATION OF SHARIA MARKETING STRATEGY IN INCREASING PRODUCT SALES AT FAYOLA CONVECTION IN PONOROGO REGENCY. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University of Ponorogo. Supervisors : Dr. Sri Hartono, S.E., MM and Nugraheni Fitroh Rezqi Syakarna, S.Si., M.E

Keywords: Sharia marketing, marketing strategy, Islamic economics

The increasing competitiveness in the business world requires entrepreneurs to implement marketing strategies that are not only effective but also based on ethical and spiritual values. Fayola Convection, as one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Ponorogo Regency, applies a sharia-based marketing strategy as an approach to increase product sales while seeking blessings in business.

This study aims to analyze the implementation of the sharia marketing strategy carried out by Fayola Convection, identify the challenges and obstacles in its application, and evaluate its impact on sales growth. The sharia marketing strategies employed are based on Islamic principles such as honesty, fairness, and the prohibition of fraud in every marketing process—both online through social media and marketplaces, and offline through a physical store. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. The focus of the study includes the mechanism of sharia marketing strategy, location challenges due to less strategic placement, and competition with other convection businesses in Ponorogo.

The results show that the implementation of the sharia marketing strategy has a positive impact on increasing consumer trust and product sales. However, challenges remain in terms of digital promotion, limited resources, and market competitiveness. Overall, the sharia marketing strategy has proven to be a sustainable and spiritually valuable alternative in developing the convection business. The success of this strategy heavily depends on the entrepreneur's commitment and the consistent application of sharia principles in all marketing aspects.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
JUDUL BELAKANG.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA PERSETUJUAN MUNAQASYAH	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
F. Definisi Istilah.....	14
1. Strategi.....	14

2. Pemasaran.....	14
3. Pemasaran syariah	15
4. Konveksi.....	16
BAB II	18
A. Kajian Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori.....	22
1. Strategi.....	22
2. Pemasaran.....	23
3. Pemasaran syariah	24
BAB III.....	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Kehadiran Peneliti	49
C. Lokasi Penelitian.....	49
D. Sumber Data	50
1. Data Primer.....	51
2. Data Sekunder	52
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Observasi	53
2. Wawancara.....	54
3. Dokumentasi.....	55
F. Teknik Analisa Data	55
G. Pengecekan Keabsahan Data	56
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	57
1. Pengumpulan data	57
2. Reduksi data	58
3. Penyajian data.....	58
4. Penarikan Kesimpulan.....	59
BAB IV	60

A. Paparan Data Penelitian.....	60
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	61
2. Tujuan dan Manfaat Konveksi Fayola.....	62
3. Struktur Kepengurusan Konveksi Fayola.....	63
4. Visi dan Misi Konveksi Fayola	65
5. Logo Konveksi Fayola.....	66
B. Hasil Penelitian.....	67
1. Implementasi Strategi Pemasaran Syariah di Konveksi Fayola	67
2. Tantangan dan Hambatan dalam Strategi Pemasaran Syariah di Konveksi Fayola.....	72
3. Dampak dari penerapan strategi pemasaran syariah terhadap peningkatan penjualan pada Konveksi Fayola	75
C. Pembahasan.....	79
1. Implementasi Strategi Pemasaran Syariah di Konveksi Fayola	80
2. Tantangan dan Hambatan dalam Strategi Pemasaran Syariah di Konveksi Fayola.....	83
3. Dampak dari Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Penjualan pada Konveksi Fayola	85
BAB V.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	90
1. Bagi Konveksi Fayola	90
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	91
3. Bagi Peneliti yang Akan Datang.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia.....	1
Tabel 1. 2 Struktur Kepengurusan Konveksi Fayola	64
Tabel 1. 3 Grafik Penjualan Konveksi Fayola tahun 2025.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir Penelitian	45
Gambar 1. 2 Peta Lokasi Konveksi Fayola	61
Gambar 1. 3 Logo Konveksi Fayola	66
Gambar 1. 4 Implementasi Strattegi Pemasaran Syariah	67
Gambar 1. 5 Tantangan dan Hambatan Penerapan Strategi Pemasaran Syariah ..	72
Gambar 1. 6 Dampak dari Penerapan Strategi Pemasaran Syariah	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Surat Izin Penelitian.....	97
Lampiran Surat Keterangan Plagiasi.....	98
Lampiran Transkrip Wawancara.....	99
Lampiran Transkrip Dokumentasi.....	108
Lampiran Biodata Peneliti	111

