ABSTRAK

PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PAKAIAN MUSLIM BUTIK LATIFAH DI WAY HALIM BANDAR LAMPUNG

Oleh

DEWI APRIYANI

Strategi Pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dibidang pemasaran dan target pemasaran dalam mencapai tujuan perusahaan melalui bauran pemasaran yang meliputi strategi produk (*product*), harga (*price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*promotion*).

Pakaian Muslim merupakan pakaian yang gunakan bagi wanita maupun laki-laki baik yang beragama muslim maupun non muslim. Pakaian muslim yang dibuat sesuai dengan syariat islam yaitu pakaian yang dapat menutupi seluruh aurat. Namun Butik Latifah memberikan kesan yang berbeda pada produk pakaian muslim nya yaitu pakaian yang lebih berkesan mnegikuti trend terkini, elegan, modis, dan pastinya sangat nyaman digunakan juga menutupi aurat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Butik Latifah dalam upaya meningkatkan penjualan produk pakaian muslim, strategi apa yang paling berperan penting dari bauran pemasaran yang digunakan Butik Latifah dalam meningkatkan penjualan produk pakaian muslim.

Manfaat penelitian secara akademis sebagai bahan pengembangan dalam bidang pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang aplikasi teori-teori mengenai strategi pemasaran pakaian muslim dalam upaya meningkatkan penjualan, dan sebagai bahan untuk memberikan sumbangsih bagi Butik Latifah dalam melihat strategi pemasran.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif data yang diperoleh melalui metode penelitian yang bersifat Deskriptif data yang diperoleh melalui metode Interview, Observasi, Dokumentasi, dan analisis data diperoleh secara kualitatif disimpulkan dengan cara berfikir induktif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 4 orang, adapun sampelnya berjumlah 4 orang yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

Hasil temuan dari analisis data yang peneliti peroleh adalah bahwa dalam strategi pemasaran yang diterapkan Butik Latifah Way Halim Bandar Lampung ini menggunkan strategi *Marketing Mix* yang meliputi Strategi Produk yaitu dengan desain pakain di desain sendiri, memiliki ciri khas yaitu menggunakan berbagai jenis bordir, payet dan tapis.

Strategi Harga yaitu harga yang terjangkau dapat dibeli oleh semua kalangan atas, dan menengah. Strategi Tempat yaitu tempat yang mudah dijangkau,

penambahan outlate-outlate. Strategi Promosi yakni mengikuti banyak kegiatan pameran pakaian muslim.

Sedangkan upaya untuk meningkatkan penjualannya Butik Latifah menggunakan strategi promosi dan strategi produk dengan mengikuti pameran pakaian muslim sedangkan untuk strategi produk Butik Latifah sangat mengutamakan inovasi pada produk dan kualitas produk yang tinggi sehingga akan menambah kepuasan konsumen dengan begitu maka konsumen akan ingin kembali untuk membeli produk pakaian muslim Butik Latifah.

MOTTO

إِنَّمَا يَفۡتَرِى ٱلۡكَذِبَ ٱلَّذِينَ لَا يُؤۡمِنُونَ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِۖ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡكَٰذِبُونَ ١٠٥

Artinya: “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka Itulah orang-orang pendusta”. (QS. An-Nahl : 105)[1]

[1] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Surabaya : Pustaka Agung Harapan, 2006), h. 380

PERSEMBAHAN

Ku Persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Orang tua ku, Bapak Siswandi dan Ibu Nurul Qomariah yang sangat ku cintai dan ku sayangi, terima kasih atas kasih sayang yang sepanjang masa, dorongan semangat dan doa kalian sangat berarti untuk anak mu ini, kalian korbankan segala kekuatan moril dan materi demi anak mu menuntut ilmu menumpukkan besar harapan agar kelak dapat menjadi insan yang lebih baik. Tanpa kalian mungkin skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik maka dari itu saya ucapakan terima kasih banyak Bapak dan Ibu ku atas segala bentuk pengorbanan kalian selama ini. Tetaplah kalian menjadi payung bagi saya dan adik-adik sebagai tempat berteduh...
2. Adik ku tersayang Ratna Puspita Sari, Najwa Putri Ramadhani dan Ilham Saifullah NS senyuman, canda tawa kalian membuat hidup ini menjadi berwarna dan berarti. Aku lemah tanpa persaudaraan ini. Terima kasih adik-adik ku yang senantiasa membantu dan menemani ku dalam mengerjakan skipsi sehingga terselesaikan dengan baik.
3. Sahabat-sahabat ku seperjuangan MD angkatan 2012, Iroh, Septi, Ida, Ria, Leha, dan Retno terima kasih atas bantuan, dan kerjasamanya, dorongan semangat sekaligus doanya.

4. Sahabat-sahabat ku dibangku sekolah, Pungki Nurjanah MZ, Mayda Mustika, Nova Ria Widata, Elsa Apriyani, Ria , Yunita Efendi, dan Agung Nugroho terima kasih atas segala doa dan dorongan semangatnya selama ini.
5. Rekan-rekan penulis angkatan 2012 jurusan KPI, PMI, dan KPI.
6. Untuk Bapak Dr. Jasmadi, M.Ag dan sekeluarga terima kasih atas segala doa dan bantuannya selama ini baik yang bersifal moril maupun materil.
7. Almamaterku Tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung menjadi tempat dalam menimba ilmu.

RIWAYAT HIDUP

Dewi Apriyani, dewi nama kecilnya anak pertama dari empat bersaudara putri dari pasangan Bapak Siswandi dan Ibu Nurul Qomariah, lahir di Sungai Langka Kec. Gedong Tataan Kab. Pasawaran, pada tanggal 05 November 1994.

Penulis memasuki jenjang pendidikan di mulai dari Sekolah Dasar Negeri (SDN) 4 Sungai Langka dan lulus pada tahun 2006, kemudian melanjutkan Study di SMP Negeri 2 GedongTataan dan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA N 16 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2012. Dari jenjang pendidikan dasar sampai SMA penulis belajar di Kota Bandar Lampung.

Pada tahun 2012 penulis melanjutkan ke bangku perkuliahan di IAIN Raden Intan Lampung dan mengambil jurusan Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Penulis juga aktif di beberapa oganisasi seperti menjadi anggota organisasi ekstra kampus diantaranya : PMII.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberi penjelasan serta penerang bagi setiap hambaNya yang berfikir dan berusaha mencari hidayah, taufiq serta 'inayahNya. Dengan RahmatNyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang "*Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pakaian Muslim Butik Latifah Way Halim Bandar Lampung*". guna melengkapi persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan pada program strata 1 (S1) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada khataman Nabiyyin Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya, juga kepada para pengikutnya yang selalu mengikuti anjuaran dan sunan beliau.

Sebelumnya penulis mengucapkan *jazakumullah khairan katsiran* kepada kedua orang tua tercinta, dengan curahan cinta dan kasih sayangnya, kerja kerasnya, serta doa yang selalu dipanjatkan, telah mengantar penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung, semoga Allah selalu menjaga serta melimpahkan ridhaNya kepada mereka.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak yang sangat berjasa. Untuk itu penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih atas bantuan berbagai pihak yang di antaranya adalah :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag.,M.Ag sebagai ketua Jurusan Manajemen Dakwah
3. Bapak M. Husaini, M.T selaku seketaris Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Raden Intan Lampung dan sebagai pembimbing II yang telah memberikan saran dan motivasi kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Mulyadi, S.Ag, M.Sos.I selaku pembimbing I yang telah memberikan waktu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Hj. Rita Anomsari (Pimpinan Butik Latifah Way Halim Bandar Lampung) yang telah memberikan waktu dan izin untuk memenuhi kelengkapan data penelitian ini dan team keuangan mba Inge Natasya telah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan sumbangan yang konstruktif pada penulis.
7. Pihak Perpustakaan Pusat dan juga Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan buku-buku referensi pada penulis, memberikan izin serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang ada di perpustakaan dalam menyusun skripsi ini.

8. Rasa terima kasih juga kepada dan seluruh rekan seperjuangan khususnya Jurusan MD angkatan 2012 Afrizal Efendi, Afriansyah, Supriyadi, Rio Iskandar, Septi Aisyah, Ida Cahaya, Siti Mutoharoh, Afrilia, Ria Oktafilia, Retno Nursafitri, M. Rahman Afifi, Ade Candra, Dwi haryono, Hamidun, Umamin Syahdi, Hamid Fahmi, Zainal Asikin, Reni Karliana Dewi, Farkhatun Mafiroh, Niken Parastika, Sis Arefi, Mas Rian Saputra Ali, Ivo Agustiawan dan Jami Atus Soleha, dengan semangat serta dukungan merekalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah-mudahan seluruh jasa baik moril maupun material berbagai pihak, dinilai baik dan beroleh ridha dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 2016

Penulis

Dewi Apriyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
ABSTRAK ..... **ii**
PERSETUJUAN ..... **iv**
PENGESAHAN ..... **v**
MOTTO ..... **vi**
PERSEMBAHAN ..... **vii**
RIWAYAT HIDUP ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Penegasan Judul 1
B. Alasan Memilih Judul 3
C. Latar Belakang 4
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 8
F. Kegunaan Penelitian 9
G. Metode Penelitian 9
H. Metode Analisis Data 12
I. Tinjauan Pustaka 13

BAB II STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK

A. Strategi Pemasaran 17
1. Pengertian Strategi Pemasaran 16
2. Langkah-langkah Strategi Pemasaran 21
3. Marketing Mix 25

4. Evaluasi Strategi Pemasaran 35
B. Penjualan Produk 35
1. Informasi 36
2. Penawaran 36
3. Negoisasi 36
4. Penyerahan Barang/Jasa 38
5. Penagihan 39
6. Perwakilan penjualan (Sales Representative) 49
7. Tenaga penjualan (Sales Personel) 40
8. Kriteria Tenaga Penjualan 40
9. Pelatihan 41
10. Memotivasi Tenaga Penjualan 41
C. Produk 42
1. Tingkatan Produk 44
2. Product Planning 45
3. Produk Baru 49
4. Siklus Kehidupan Produk 50

BAB III BUTIK LATIFAH DAN PEMASARAN PAKAIAN MUSLIM

A. Profil Butik Latifah
1. Sejarah Singkat 52
2. Visi dan Misi 53
3. Tujuan 54
4. Struktur 55
5. Produk Butik Latifah 58
6. Target Pasar Butik Latifah 59
B. Strategi Pemasaran Butik Latifah 59

BAB IV STRATEGI PEMASARAN BUTIK LATIFAH MENINGKATKAN PENJUALAN PAKAIAN MUSLIM

A. Strategi Pemasaran Butik Latifah Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pakaian Muslim 62
B. Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pakaian Muslim di Butik Latifah 69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 73

B. Saran.....74

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Laporan Penjualan Produk Pakaian Muslim Butik Latifah 61
2. Tabel 1. 2 Daftar Nama-Nama Sample 78

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Nama-Nama Sample
3. SK Judul
4. Kartu Konsultasi
5. Surat Keterangan Survey

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Struktur Butik Latifah 56

Gambar 2 Kegiatan-kegiatan Promosi dan Produk Pakaian Muslim Butik Latifah 91

Lampiran 2

Daftar Nama-Nama Sampel

No	Nama	Jabatan
1	Rita Anomsari	Owner
2	Inge Natasya	Bendahara
3	Yusuf Subandi	Sales
4	Dina Oktasari	Marketing