

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dunia Bisnis di dalam perdagangan adalah salah satu hal yang penting di dalam kehidupan manusia. Harta sangat diperlukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu dengan tujuan itulah manusia sangat berlomba – lomba untuk mengejar kekayaan atau harta dengan cara berbisnis. Maka dari itu islam mewajibkan kepada umat nya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka. Dalam berbisnis seorang wirausahawan harus mengerti kapan targetnya tercapai dengan nominal target tersebut tercapai.

Ada beberapa aspek yang mempengaruhi perkembangan suatu bisnis sebagai berikut: aspek pemasaran dan pasar, aspek oprasional dan manajemen, aspek teknik dan teknologi. Seorang wirausahawan harus mengerti serta dapat memahami situasi pasar saat ini supaya dapat meraih banyak keuntungan. Namun apabila tidak bisa beradaptasi terhadap situasi ini maka akan tertinggal oleh pesaing bisnis lainnya.

Banyak perusahaan yang gagal dalam menjalankan usahanya di sebabkan oleh strategi pemasaran yang mereka terapkan kurang tepat. Untuk itu ada cara strategi agar tetap bisa bertahan dalam jangka waktu yang panjang yaitu :

memiliki pemimpin dan kemauan yang besar, memiliki perancangan strategi yang sudah di pertimbangkan sehingga tepat pada sasaran pemasarannya, memperlakukan konsumen dengan pelayanan yang terbaik, selalu melakukan kreativitas dan inovasi baru membangun relasi bisnis seluas mungkin. Dengan ada nya persaingan tersebut akan menimbulkan strategi pemasaran yang muncul pada perusahaan Mebel yang ada.<sup>2</sup> Fokus kegiatan pemasaran yang di lakukan perusahaan iyalah strategi penjualan dalam menarik minat konsumen. Strategi tersebut dapat bermanfaat untuk mengatur jalannya perusahaan.

Suatu seni menjual produk merupakan pemasaran itu sendiri, sehingga bisa diartikan bahwa pemasaran merupakan proses penjualan yang di mulai dari perancangan produk samapi setelah produk tersebut terjual. Didalam ekonomi islam, dikenal dengan ekonomi syariah dimana tingkatan ini merupakan paling tinggi di dalam pemasaran dimana etika, nilai – nilai dan norma sangat di junjung tinggi. Hal tersebut yang menjadi perbedaan dengan pemasaran yang ada, produk atau barang yang ada tidak sesuai dengan janji yang telah di berikan oleh kepada konsumen yang membeli sehingga menyebabkan konsumen kecewa dengan produk barang atau Jasa yang telah dibeli (mengandung unsur tipu – menipu). Kegiatan yang di lakukan dengan iman, takwa, dan taat pada syariat islam merupakan kegiatan spiritual marketing. Dasar dalam konsep spiritual marketing terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Hasyr ayat 18, yang berbunyi :

---

<sup>2</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk kepuasan Nasabah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), hal. 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ  
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (١٨)

Artinya : “ *Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan (meneliti ulang, mengevaluasi) apa yang telah dilakukan untuk persiapan perencanaan untuk hari esok yang lebih baik dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan*”<sup>3</sup>

Dari ayat tersebut bisa di mengerti bahwa “hari esok harus memiliki perencanaan yang lebih baik” memiliki perencanaan suatu usaha yang memiliki makna untuk jangka panjang yaitu hari akhir (kiamat). Harus mempunyai visi dan misi dalam perusahaan kedepannya agar dapat bermanfaat bagi masyarakat. Dan terhadap peneliti selalu introspeksi guna mencapai masa depan jauh lebih baik. UD. Mebel ini akan mudah merinci tujuan apa yang akan di capai oleh perusahaan baik tujuan yang berjangka pendek maupun jangka panjang. strategi pemasaran memang sangatlah penting bagi perusahaan kecil maupun perusahaan besar guna perkembangan bisnis perusahaan, meningkatkan nilai ekonomi perusahaan serta produk yang di hasilkan perusahaan bisa lebih di kenali konsumen.

Munculnya suatu perusahaan yang memproduksi barang serupa maka perusahaan harus pandai menyusun strategi yang akan di gunakan. Inti dari system pemasaran merupakan kombinasi variabel *Marketing mix*, dimana variable tersebut dapat di gunakan suatu menarik minat konsumen pada suatu

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al- Arif, *Dasar- dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 5

perusahaan.<sup>4</sup> Sudah begitu banyak perusahaan mebel yang menghasilkan produk dengan kualitas yang di berikan,oleh sebab itu UD. Mebel ini harus bisa bersaing melawan perusahaan yang menghaasilkan produk serupa. Dengan menggunakan strategi yang sudah di gunakan sejak berdirinya UD. Restu jaya Mebel ini dan tentunya dengan kualitas produk yang dihasilkan sudah banyak di minati para konsumen. Hal itu yang akan menjadi kunci bersaing nya dengan perusahaan mebel lainnya.

Adanya inisiatif pengembangan usaha, melihat adanya permintaan terselubung maupun pengembangan usaha yang telah ada. Pengembangan usaha perlu diikuti dengan proses penelitian, karena banyak nya usaha yang gagal karena tidak di dukung penelitian dan persiapan yang matang.<sup>5</sup> menggunakan produk yang telah di hasilkan suatu perusahaan di tuntut agar bisa menguasai pasar agar dapat bersaing dan bertahan dalam usahanya di karenakan melihat semakin tingginya persainganya.

Untuk melakukan bisnis setiap pemasar di tuntut untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya lebih efektif dan efisien. Untuk memenuhi kebutuhan dan pemasaran serta keinginan pelanggan. Posisi yang strategis dimiliki oleh pemasaran Islam, karena pemasaraan islami merupakan strategi yang di dasarkan pada Al – Qur'an dan Hadist. Sebuah strategi bisnis yang di siplin yang di mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada *stakeholders*

---

<sup>4</sup> Thorik Gunara & Utus Hardiono S, *Marketing Muhammad SAW*, (Bandung : Madani Prima, 2007), hal. 51

<sup>5</sup> Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembngan Bisnis*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 13

nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip – prinsip islam dan muamalah dalam islam merupakan pemasaran islami.<sup>6</sup>

Sebuah organisasi yang berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai motivasi serta tujuan sendiri – sendiri yang merupakan dari pendiriannya. Suatu kegiatan ekonomi masyarakat, hal tersebut merupakan salah satu fenomena menarik yang berperan lebih besar dalam perekonomian Indonesia sehingga perlu diikuti terus dan dibina. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga di nilai bisa di bantu dengan adanya perusahaan mebel di Indonesia.<sup>7</sup> Keinginan serta kebutuhan konsumen yang beragam menjadi sebuah pedoman bagi pelaku perusahaan agar bisa merancang strategi pemasaran yang tepat dan dapat memenuhi harapan setiap konsumennya. Berkembangnya teknologi yang semakin canggih, dalam memilih suatu produk yang akan mereka konsumsi para konsumen semakin cerdas dalam memilih produk tersebut. Berkembang nya ilmu pemasaran dan teknologi yang semakin maju menyebabkan kualitas, harga pada barang yang dijual semakin bervariasi. Terkadang para konsumen juga kesulitan membedakan barang yang bermutu bagus dan barang yang bermutu kurang bagus hanya dari tampilannya saja. Konsumen merupakan salah satu unsur yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jika suatu perusahaan tidak memiliki konsumen bisa di katakana bangkrut. Agar konsumen terdorong untuk membeli produk yang di hasilkan oleh perusahaan

---

<sup>6</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 340

<sup>7</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hal. 97

maka perusahaan harus bisa memberikan stimulus serta rangsangan pada konsumen. Dapat menarik minat konsumen dengan adanya rangsangan. Tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar – benar terlaksanakan merupakan minat pembelian.<sup>8</sup>

Dengan berkembangnya suatu teknologi, seorang konsumen Semakin cerdas dalam memilih produk yang akan di beli. Proses keputusan dalam pembelian ini melibatkan keputusan yang sering dipertimbangkan oleh konsumen. Keberlangsungan suatu perusahaan akan terancam apabila strategi pemasaran tidak di ambil dengan baik dan tepat. Objek, orang, masalah, atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya merupakan minat atas kesadaran nya sendiri. Suatu visi dan misi perusahaan perlu disesuaikan dengan strategi perusahaan. Konsep strategi pemasaran tersebut adalah pertama, produk yang merupakan barang atau jasa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.<sup>9</sup> Sebagai bentuk pertahanan suatu perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran agar perusaan bisa bertahan lebih lama. Untuk meningkatkan pendapatan serta keuntungan yang maksimal merupakan tujuan yang paling utama dari strategi pemasaran.<sup>10</sup>

UD. Restu Jaya Mebel beralamat di Desa kaliwungu kecamatan Ngunut. Beroperasi setiap hari dari pukul 07.00-16.00 WIB. UD.Restu Jaya

---

<sup>8</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta,2017), hal. 158

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta,2013), hal. 285

<sup>10</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Prespektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 12

Mebel ini memiliki 5 karyawan<sup>11</sup>. Sama halnya di Kecamatan Ngunut, Ngunut merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Tulungagung. Kecamatan ini juga ada banyak perusahaan mebelnya yang memproduksi barang serupa. Di Desa Kaliwungu yaitu salah satu desa yang berada di Kecamatan Ngunut ini, ada seorang pengusaha mebel yang sudah menjalankan usahanya selama hampir sepuluh tahun. Pemilik mebel membuktikan bahwa “Tinggal di desa bukan berarti tidak bisa maju” ada beberapa banyak masyarakat dari luar Kecamatan Ngunut juga banyak yang membeli hasil olahan dari kayu tersebut. Dikarenakan, ingin mempertahankan kualitas kayu yang di gunakan. Akan tetapi yang menjadi pokok permasalahan merupakan segmentasi pasar dari usaha mebel tersebut dan bukanlah masyarakat sekitar usaha mebel tersebut.

Usaha Dagang atau sering di sebut dengan UD adalah suatu kegiatan menjual serta membeli barang atau jasa dengan maksud agar dapat memperoleh keuntungan termasuk menjadi perantara dari kegiatan tersebut. Akibat dari majunya perkembangan teknologi merupakan kompetisi dunia industri. Para pemilik suatu perusahaan di tuntut mahir dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Meskipun UD. Restu Jaya Mebel belum begitu berkembang akan tetapi usaha bapak arifin masih bisa jaya sampai saat ini.

Peneliti dalam penelitian ini tertarik untuk meneliti UD. Restu Jaya Mebel dikarenakan perusahaan tersebut menyediakan perlengkapan *furniture*

---

<sup>11</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arifin Pemilik Usaha Mebel “UD. Restu Jaya Mebel”, Pada Tanggal 27 Maret 2021

dari berbagai model dan harga yang terbaik masih terjangkau murah tetapi, dengan kualitas yang bagus. Serta UD. Restu Jaya Mebel ini bisa bersaing dengan perusahaan serupa lainnya yang ada di kecamatan ngunut dan tetap menjadi UD. Mebel pilihan masyarakat sekitar. Tempat yang strategis dan dekat dengan pemukiman warga sekitar desa kaliwungu kecamatan ngunut,serta harga yang terbilang lebih murah membuat peneliti tertarik untuk meneliti UD. Restu Jaya Mebel, karena dengan tempat yang strategis dan harga lebih murah dari UD. Mebel lainnya tentu dapat menarik minat beli konsumen. Serta UD. Restu Jaya Mebel ini juga menerapkan strategi pemasaran islami yang mampu memberikan nilai positif bagi konsumen.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunjung/ Konsumen**  
**UD.Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung Perbulan</b>
Mei	57 Orang
Juni	66 Orang
Juli	70 Orang
Agustus	130 Orang

Sumber : Dokumen UD.Restu Jaya Mebel

Jumlah pengunjung atau konsumen di UD.Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung yang terus bertambah setiap bulannya membuktikan bahwa UD. Mebel tersebut diminati oleh konsumen. Meskipun penambahan konsumen setiap bulannya tidak terlalu banyak namun hal ini sudah menandakan bahwa strategi secara Konvensional maupun secara Islam yang telah diterapkan oleh UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung mampu menarik minat beli konsumen.



**Tabel 1.2**  
**Jumlah Karyawan**  
**UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung**

Catatan Jumlah Karyawan	Jumlah Karyawan UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung	
	Tahun	
	2010- 2016	2016 – 2021
<b>Jumlah Karyawan</b>	3 Orang	5 Orang

Sumber : Dokumen UD. Restu Jaya Mebel

Jumlah karyawan yang terus bertambah dari tahun ketahun menandakan bahwa UD. Mebel ini ramai pengunjung dan pelayanan yang baik serta peduli pembeli merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Restu Jaya Mebel. Selain melakukan strategi pemasaran dengan menetapkan tempat yang strategis serta harga dan promosi melalui iklan di sosial media juga dari mulut kemulut UD. Restu Jaya Mebel ini juga selalu menekankan satu hal kepada para karyawannya yaitu agar para karyawan melakukan pelayanan sebaik mungkin agar konsumen tidak kecewa.

UD. Restu Jaya Mebel ini sudah berkembang pesat di Desa kaliwungu kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung sejak tahun 2010 dulu awal mulanya penjualan mebel hanya dengan di taruh di atas pick up dan berkeliling di desa-desa yang berada di kecamatan ngunut dengan karyawan masih berjumlah 3orang. Namun saat ini sudah memiliki tempat sendiri untuk berjualan dan karyawan sudah bertambah menjadi 5 orang dari awal bukanya UD. Restu Jaya Mebel sudah banyak menarik minat beli masyarakat sekitar desa kaliwungu dikarenakan harga yang mudah dijangkau dengan kualitas terbilang bagus dan juga memberikan pelayanan yang baik serta memberikan informasi produk sesuai dengan kenyataannya maka dari itu UD. Restu Jaya

Mebel sangat ramai di kunjungi oleh masyarakat dan tetap menjadi langganan masyarakat sekitar untuk kebutuhan berbagai macam furniture yang mereka inginkan. Peneliti tertarik untuk meneliti UD. Restu Jaya Mebel kaliwungu Ngunut Tulungagung di karenakan pelayanan yang di berikan UD. Restu Jaya Mebel yang sangat baik serta lokasi dari UD. Mebel sangat strategis serta UD. Restu Jaya Mebel selalu berprinsip pada syariah islam dengan mengutamakan sebuah kejujuran.

UD. Restu Jaya Mebel sangat cocok di jadikan tempat berbelanja berbagai kebutuhan *furniture* untuk melengkapi rumah agar lebih indah. peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan strategi pemasaran islami di UD. Restu Jaya Mebel dengan maksud agar dapat meningkatkan atau mengembangkan UD. Mebel ini. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dan benar akan mampu memperbesar UD. Restu Jaya Mebel.

Semakin berkembangnya UD. Restu Jaya Mebel tentunya harus diikuti oleh pelayanan yang semakin baik lagi karena UD. Restu Jaya Mebel selain mengutamakan kualitas produk juga mengutamakan pelayanan konsumen serta selalu mengutamakan kejujuran dalam menjual produknya kepada para konsumen maupun pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan peneliti di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian pada UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung dengan judul penelitian “ **Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran yang di gunakan UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dalam menarik Minat Konsumen?
2. Bagaimana kendala dan solusi yang di hadapi UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dalam menjalankan strategi pemasaran untuk menarik Minat Konsumen?
3. Bagaimana Strategi Pemasaran UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dalam Menarik Minat Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran dan bukti empiris mengenai strategi pemasaran pada UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Tujuan penelitian yang dilakukan pada UD. Restu Jaya Mebel yaitu :

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran yang di gunakan oleh UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dalam menarik Minat Konsumen.
2. Untuk Mengetahui kendala dan solusi yang di hadapi dalam penerapan strategi pemasaran UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

3. Untuk mengetahui strategi pemasaran UD. Restu Jaya Mebel Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dalam Menarik Minat Konsumen menurut Perspektif Ekonomi Islam

#### **D. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih difokuskan pada rumusan masalah yang ada dan untuk menghindari adanya pembahasan yang terlalu luas. Oleh sebab itu penelitian ini hanya di fokuskan membahas penerapan Strategi pemasaran yang di terapkan dalam menarik minat konsumen, kendala dan solusi yang di hadapi, dan bagaimana strategi pemasaran UD. Restu Jaya Mebel dalam Perspektif Ekonomi Islam.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat antara lain :

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat berguna menjadi suatu karya ilmiah, menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran mebel atau acuan dalam melakukan penelitian dengan studi kasus serupa.

##### 2. Secara Praktis

###### a. Bagi pemilik UD. Mebel

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan kepada pemilik UD. Restu Jaya Mebel untuk mengevaluasi strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di UD. Restu Jaya

Mebel kaliwungu ngunut tulungagung menurut perspektif ekonomi islam.

b. Bagi Kampus IAIN Tulungagung

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi IAIN Tulungagung sebagai bahan pertimbangan dan menambah sumber referensi bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Jurusan Ekonomi Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sebuah bahan rujukan serta perbandingan dengan tema penelitian yang sama. Selain itu, diharapkan pula dapat menambah wawasan serta ilmu yang berkaitan dengan strategi pemasaran mebel dalam menarik minat konsumen.

**F. Definisi Istilah**

Agar lebih mempermudah dalam memahami judul “Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Konsumen UD. Restu Jaya Mebel Kaliwungu Ngunut Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam” maka penulis akan memberikan Definisi Istilah secara konseptual dan secara operasional supaya tidak ada kesalah pahaman yang terjadi pada penelitian ini. Beberapa penegasan istilah yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

## 1. Secara Konseptual

### a. Strategi

Strategi merupakan rencana atau tindakan di awal perusahaan sebelum strategi tersebut dijalankan guna menghadapi sebuah tantangan baik dari segi internal maupun eksternal, serta memastikan tujuan perusahaan tersebut bisa di capai dengan melaalui perencanaan yang tepat oleh semua organisasi. Strategi di lakukan dengan menggunakan rencana bersekala besar dan efektif agar strategi tersebut tepat sasaran dan mencapai tujuan perusahaan.<sup>12</sup>

### b. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari sebuah pemikiran, penentuan harga, kegiatan promosi, serta penyaluran suatu ide atau gagasan, produk maupun jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi.<sup>13</sup>

### c. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah di rencanakan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang di masuki dan program pemasaran yang di gunakan untuk mencapai pasar sasaran yang di tetapkan.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2000), hal. 153

<sup>13</sup> M.Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Surabaya: Qiara Media,2019), hal.1

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: AMUS, 2004), hal. 4-5

#### d. Minat Konsumen

Minat Konsumen merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian.<sup>15</sup>

#### e. Strategi Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pemasaran menurut Islam merupakan strategi bisnis yang harus menjadi payung bagi seluruh aktifitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau satu perusahaan atau perorangan yang mana dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadis.<sup>16</sup>

### 2. Secara Operasional

Secara operasional penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan berfokus pada strategi pemasaran yang diterapkan pada perusahaan UD. Restu Jaya Mebel guna menarik minat konsumen. Perusahaan tersebut berlokasi di Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Strategi pemasaran tersebut yang digunakan oleh perusahaan dalam mencari laba, mempertahankan usahanya dalam jangka panjang, serta usaha untuk mencari pelanggan.

---

<sup>15</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 164

<sup>16</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 343

## **G. Sistematika Penulisan**

Merujuk pada semua yang dituliskan di atas dan metode yang di gunakan serta dalm rangka mempermudah penulisan kripsi, maka pembahasan di bagi menjadi enam bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalama bab ini memuat uraian pada tahap awal yang mengenai (a) latar belakang, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) manfaat hasil penelitian, (f) definisi istilah.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku – buku yang berisi teori – teori besar dan teori – teori yang di hasilkan dari peneliti terdahulu. Dalam landasan teori disini di gunakan sebagai acuan di dalam penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang metode yang di gunakan di dalam penelitian yaitu pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sampel dan sumber data, variabel dan sekala pengukuran, serta pengecekan keabsahan data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang paparan data, dan temuan penelitian yang di peroleh selama melakukan penelitian. Paparan data tersebut di peroleh dari pengamatan, wawancara dan informasi lainnya.



**BAB V PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan yang merupakan jawaban dari masalah di dalam penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian telah di capai serta menafsirkan temuan – temuan penelitian dengan menggunakan logika dan teori – teori yang ada.

**BAB VI PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**