



Penulis :
Nurul Aini

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK *FASHION* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN DI ERA PERSAINGAN
DIGITAL PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**



EDITOR :
Eka Sriwahyuni, MM
Badaruddin Nurhab, MM

**ANALISIS PEMASARAN PRODUK *FASHION* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN DI ERA PERSAINGAN
DIGITAL PERSPEKTIF BISNIS ISLAM**
(Studi pada pedagang PTM Kota Bengkulu)

JURNAL ILMIAH



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH:

NURUL AINI

2011130139

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
2024 M/1446 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu
38211 Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax, (0736) 51172
Website : www.unfashengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul "**Analisis Pemasaran Produk Fashion dalam Meningkatkan Pendapatan di Era Persaingan Digital Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Pedagang PTM Kota Bengkulu** " yang disusun oleh :


Nama Mahasiswa : Nurul Aini
NIM : 2011130139
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munawaziyah* Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Oktober 2024 M
Rabiul Akhir 1446 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Eka Sri Wahyuni, MM
NIP. 197705092008012014


Badaruddin Nurhab, MM
NIP. 198508072015031000

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul *"Analisis Pemasaran Produk Fashion dalam Meningkatkan Pendapatan di Era Persaingan Digital Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang PTM Kota Bengkulu)"* yang disusun oleh:

Nama : Nurul Aini

NIM : 2011130139

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Artikel Jurnal Ilmiah

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 22 Oktober 2024 M / Rabiul Akhir 1446 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)


Bengkulu, Oktober 2024 M

Rabiul Akhir 1446H

Tim Sidang *Munaqasyah*

Ketua

Sekretaris

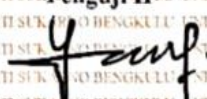

Khairiah Elwardah, M.Ag
 NIP. 197808072005012008


Rahma Putra Ahmad Hasibuan, M.Si
 NIP. 199104172020121010


Penguji I

Penguji II


Khairiah Elwardah, M.Ag
 NIP. 197808072005012008


Yenti Sumarni, M.M
 NIP. 197904162007012020

Mengetahui,
 Dekan


Prof. H. Dr. Supard, M.Ag
 NIP. 196504101993031007



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Fashion dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Fashion Lol di Era Persaingan Digital Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus PT Kota Bengkulu)**”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasanm pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Oktober 2024
Mahasiswa yang menyatakan



Nurul Aini
Nim. 2011130139

MOTTO

Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum,
sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri
(QS Ar Rad 11)

Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah
milik mereka yang senantiasa berusaha
(BJ Habibie)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-nya yang telah memberikan Kesehatan, Kesempatan, Kesabaran, pemikiran dan Ilmu untuk saya, akhirnya Tugas Akhir ini yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Segala perjuangan hingga berada dititik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan selalu kuat sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

1. Kedua orang tuaku, Bapak Khairul dan Ibu Maiyuni dengan rasa haru dan cinta yang melimpah, kata-kata ini kuucapkan sebagai bentuk terima kasih dan penghargaan mendalam untuk dua pahlawan sejati dalam hidupku. Terima kasih tidak akan pernah cukup untuk menyatakan rasa terima kasihku atas segala pengorbanan, doa, dan cinta tulus yang kalian curahkan sepanjang perjalanan ini. Terima kasih karena selalu percaya padaku ketika aku ragu pada diriku sendiri, dan karena memberikan dukungan tanpa syarat bahkan di saat-saat sulit. Setiap titik dan koma dalam Tugas Akhir ini adalah hasil dari doa dan semangat yang kalian tanamkan dalam hatiku. Semua ini adalah persembahan dari hatiku untuk kalian yang telah melahirkan, mendidik, dan mencintai aku sepenuh hati.
2. Adikku tersayang Khorri Anugrah Terima kasih atas canda tawa dan dukunganmu yang menjadi penyemangat tersendiri. Kehadiranmu selalu membawa kebahagiaan dan ketenangan bagi kakak. Semoga ini bisa menjadi motivasi bagi kamu untuk terus berjuang dan meraih impian.
3. Dosen pembimbing I Mom Eka Sri Wahyuni, MM dan pembimbing II Bapak Badaruddin Nurhab, MM. saya mengucapkan terima kasih atas bimbingan, petunjuk dan dedikasi yang luar biasa. Terima kasih atas bantuan dan saran

yang telah membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

4. Seluruh keluarga besar dan saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan semangat kepadaku.
5. Untuk Sahabat seperjuanganku Anggun Nidia Sari, Anggela Cahyati, Dwi Subekti Puji Utami, Levia Rahayu, Lupita, Marda Rido Ilhami dan Mei Alfiani Hanipah, terima kasih atas setiap tawa, dukungan, dan kenangan indah yang kita bagi bersama. Melalui setiap bab, penelitian, dan tantangan yang kita lalui bersama. Terima kasih untuk doa, dukungan, dan kehadiran kalian yang membuat perjalanan ini penuh makna.
6. Sahabat seperjuangan, yaitu Yunisha Try Sedhia, Elia Oktavianti, dan Agfi Nur Mahdiyah selalu mendampingi dan memberikan dukungan tanpa pamrih. Terima kasih atas setiap kebersamaan, diskusi panjang, dan bantuan selama masa perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2020 khususnya Ekonomi Syariah D terima kasih yang telah memberi dukungan dan *support* dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang telah membantu saat penyelesaian tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
9. Teruntuk Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

ABSTRAK

Analisis Pemasaran Produk *Fashion* dalam Meningkatkan Pendapatan di Era Persaingan Digital Perspektif Bisns Islam
(Studi Kasus pedagang PTM Kota Bengkulu)
Oleh Nurul Aini, NIM 2011130139

Penelitian ini menganalisis bagaimana pendekatan *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* (STP) digunakan oleh pedagang *fashion* di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu untuk bersaing di era digital. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi penerapan strategi pemasaran berdasarkan *Product, Price, Place, Promotion* (4P) dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Terakhir, penelitian ini menelaah penerapan nilai-nilai Islam, seperti *siddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (komunikatif), dan *fathanah* (cerdas) dalam strategi pemasaran oleh pedagang *fashion* di PTM Kota Bengkulu. Untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara secara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), pedagang *fashion* di PTM Kota Bengkulu menerapkan segmentasi berdasarkan demografi dan perilaku belanja, menargetkan segmen tertentu seperti remaja dan kalangan menengah ke bawah, serta memosisikan produk berkualitas yang relevan dengan tren namun tetap terjangkau. Strategi pemasaran berbasis 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) juga diterapkan dengan baik, di mana pedagang mampu menyesuaikan produk dengan tren yang berkembang, menetapkan harga yang fleksibel, mengandalkan toko fisik untuk distribusi, dan melakukan promosi secara tradisional. Sementara itu, nilai-nilai Islam yang meliputi *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan informasi secara transparan), dan *fathanah* (cerdas) diterapkan oleh pedagang dalam strategi pemasaran mereka. Penerapan nilai-nilai ini membantu membangun kepercayaan konsumen dan menjaga hubungan jangka panjang yang baik. Dengan demikian, strategi pemasaran

ini tidak hanya membantu pedagang dalam menghadapi persaingan digital, tetapi juga menciptakan integritas dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pendapatan pedagang fashion, 4P, STP, Perspektif Bisnis Islam



ABSTRACT

Analisis Pemasaran Produk *Fashion* dalam Meningkatkan Pendapatan di Era Persaingan Digital Perspektif Bisns Islam

(Studi Kasus pedagang PTM Kota Bengkulu)

Oleh Nurul Aini, NIM 2011130139

This study analyzes how the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) approach is used by fashion traders in the Modern Traditional Market (PTM) of Bengkulu City to compete in the digital era. In addition, this study also evaluates the application of marketing strategies based on Product, Price, Place Promotion (4P) in increasing trader income. Finally, this study examines the application of Islamic values, such as shiddiq (honest), amanah (trustworthy), tabligh (communicative), and fathanah (intelligent) in marketing strategies by fashion traders in PTM Bengkulu City. To test this, the researcher used a qualitative method with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation studies. The results of the study show that in the application of STP (Segmentation, Targeting, Positioning), fashion traders in PTM Bengkulu City apply segmentation based on demographics and shopping behavior; targeting certain segments such as teenagers and the lower middle class, and positioning quality products that are relevant to trends but remain affordable. The 4P-based marketing strategy (Product, Price, Place, Promotion) is also well implemented, where traders are able to adjust products to emerging trends, set flexible prices, rely on physical stores for distribution, and carry out traditional promotions. Meanwhile, Islamic values including shiddiq (honest), amanah (trustworthy), tabligh (transparently conveying information), and fathanah (intelligent) are implemented by traders in their marketing strategy. The implementation of these values helps build consumer trust and maintain good long-term relationships. Thus,

this marketing strategy not only helps traders in facing digital competition, but also creates consumer integrity and loyalty.

Keywords: *Marketing Strategy, Fashion Merchants' Income, 4P, STP, Islamic Business Perspective*



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ke Hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Pemasaran Produk *Fashion* dalam Meningkatkan Pendapatan di Era Persaingan Digital Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus pedagang PTM Kota Bengkulu). Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pendekatan *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* (STP) digunakan oleh pedagang *fashion* di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu untuk bersaing di era digital. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi penerapan strategi pemasaran berdasarkan *Product, Price, Plic,e Promotion* (4P) dalam meningkatkan pendapatan pedagang. Terakhir, penelitian ini menelaah, penerapan nilai-nilai Islam, seperti Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah dalam strategi pemasaran oleh pedagang *fashion* di PTM Kota Bengkulu dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberi kesempatan untuk menuntut ilmu di kmpus tercinta.
2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.

3. Yenti Sumarni, MM. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu saya mengucapkan terimakasih telah membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta memberikan penunju dan dedikasi yang luar biasa.
4. Herlina Yustati, M.A, Ek selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sekaligus Dosen PA yang telah memberikan motivasi , membagi ilmunya, dan memberikan dukungan selama ini.
5. Eka Sri Wahyuni, SE, MM selaku Pembimbing I saya mengucapkan terima kasih atas bimbingan, petunjuk dan dedikasi yang luar biasa. Terimakasih atas bantuan dan saran yang telah membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Badaruddin Nurhab, SE, MM selaku Pembimbing II saya mengucapkan terimakasih telah membimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, serta memberikan petunjuk dan dedikasi yang luar biasa.
7. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendoakan keberhasilan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan

saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, _____ 2024 M

1446 H

Penulis,

Nurul Aini

NIM 2011130139



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian	13
1. Kegunaan Teoritis.....	13
2. Kegunaan Praktis	14
E. Penelitian Terdahulu	15
F. Metode Penelitian	24
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24

2.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.	Informan Penelitian.....	26
4.	Sumber Data.....	28
5.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
6.	Teknik Analisis Data.....	30
G.	Sistematika Penulisan.....	31
BAB II	33
KAJIAN TEORI	33
A.	Teori Pemasaran Syariah.....	33
B.	Strategi Pemasaran.....	35
1.	Pemasaran.....	35
2.	Strategi Pemasaran.....	41
3.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	42
C.	Pendapatan.....	44
1.	Pendapatan.....	44
2.	Jenis-Jenis Pendapatan.....	45
3.	Faktor yang mempengaruhi pendapatan.....	46
D.	Persaingan Digital.....	47
1.	Digital.....	47
2.	Digital Marketing.....	48
E.	Perspektif Islam dan Etika Bisnis Islam.....	53
1.	Konsep Strategi Pemasaran Dalam Islam.....	53
2.	Nilai-Nilai Bisnis Islam.....	55
3.	Etika Bisnis Islam.....	57
F.	Kerangka Konseptual.....	58

BAB III	61
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	61
A. Sejarah Berdirinya PTM	61
B. Letak Geografis	62
C. Pembagian Wilayah Pedagang	63
D. Visi dan Misi	64
E. Struktur Organisasi	66
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN	67
A. Hasil Penelitian	67
1. Kondisi Pendapatan PTM di Era Digital dan Faktor yang Mempengaruhinya.....	67
2. Penerapan Strategi Pemasaran Berdasarkan Pendekatan STP	71
3. Penerapan Strategi Pemasaran Berdasarkan Konsep 4P.....	83
4. Penerapan Strategi Pemasaran Berdasarkan Nilai- Nilai Islam	99
B. Pembahasan	119
BAB V	122
KESIMPULAN DAN SARAN	122
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Informan Penelitian	27
Tabel 2.1 Kerangka Konseptual PTM.....	59
Tabel 3.1 Pembagian wilayah Pedagang PTM.....	63
Tabel 3.2 Struktur Pengelola	66



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.1 Identitas Diri
- Lampiran 1.2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 1.3 Form Validasi Tema Tugas Akhir
- Lampiran 1.4 Surat Penunjukkan
- Lampiran 1.5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 1.6 Halaman Persetujuan
- Lampiran 1.7 Surat Penelitian
- Lampiran 1.8 Lembar Bimbingan I & II
- Lampiran 1.9 Nilai Artikel Jurnal Ilmiah I & II
- Lampiran 1.10 Keterangan Lulus Plagiarisme
- Lampiran 1.11 Daftar Hadir Ujian Komprehensif
- Lampiran 1.12 Nilai Ujian Komprehensif
- Lampiran 1.13 Surat Keterangan Lengkap SKPI
- Lampiran 1.14 LOA