

PENERAPAN KONSEP MARKETING SYARIAH ROLIABLE SHOP

Ais As Siddik¹, Agus Purnomo², Abdul Wahab^{dst}

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammd Arsyad Al Banjari, NPM 18510004

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammd Arsyad Al Banjari, NIDN 1124088504

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammd Arsyad Al Banjari, NIDN 1118108902

E-mail: aissiddik@gmail.com/085705671388

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya aktivitas bisnis, salah satunya di bidang aksesoris. Setiap muslim sejatinya menjalankan usahanya dengan jujur dan adil. *Roliabile Shop* merupakan sebuah Toko yang menjual khususnya aksesoris handphone dan *houseware*. Selain kegiatan bisnis, kegiatannya lebih memfokuskan pada kegiatan sosial, seperti santunan anak yatim perbulan, santunan anak yatim pertahun, sembako hari raya, dan lain-lain. Ada dua rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu (1) Apa konsep marketing syariah *Roliabile Shop*, (2) Bagaimana penerpan marketing syariah *Roliabile Shop*. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami apa konsep marketing syariah *Roliabile Shop*, untuk memahami marketing syariah *Roliabile Shop*. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dengan subjek pemilik toko *Roliabile Shop*, dua orang konsumen. Metode pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa, konsep marketing yang di jalankan oleh *Roliabile Shop* sudah baik. Penerapan pada konsep marketing syariah di *Roliabile Shop* juga sudah berjalan dengan baik dengan menerapkan nilai nilai marketing syariah pada bisnisnya.

Kata Kunci :Penerapan, Konsep, Marketing Syariah, *Roliabile Shop*.

ABSTRACT

This research is motivated by many business activities, one of which is in the accessories sector. Every Muslim actually runs his business honestly and fairly. Roliabile Shop is a shop that sells especially mobile phone accessories and houseware. In addition to business activities, its activities focus more on social activities, such as monthly donations for orphans, annual donations for orphans, holiday groceries, and others. There are two problem formulations in this study, namely (1) What is the concept of sharia marketing Roliabile Shop, (2) How is the implementation of sharia marketing Roliabile Shop. The purpose of this study is to understand what the concept of Roliabile Shop sharia marketing is, to understand Roliabile Shop sharia marketing. This study uses descriptive qualitative research, with the subject of Roliabile Shop shop owners, two consumers. Methods of data collection with the method of observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the marketing concept run by Roliabile Shop is good. The application of the sharia marketing concept in the Roliabile Shop has also gone well by applying sharia marketing values to its business.

Keywords: *Implementation, Concept, Sharia Marketing, Roliabile Shop.*

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka Kajian tersebut sampai pada beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Konsep *marketing* yang diterapkan oleh Toko Roliabile Shop menggunakan strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, Strategi tempat, dan strategi promosi.

Produk dalam Toko Roliabile Shop memiliki beberapa produk yaitu :Headset, holder, kipas angin, tripod, lampu usb dan masih banyak yang lainnya.

Harga sebanyak mungkin strategi penetapan harga Toko khusus Roliabile shop menawarkan harga tidak jauh Berbeda dengan kompetitor karena jika produknya terlalu mahal Ini tidak untuk dijual.

Lokasi strategis Mempermudah calon pembeli yang ingin membeli kunjungi dan belanja di toko Roliabile Shop.

Dalam promosi toko Roliabile Shop, ambil Langkah-langkah bermitra dengan perjalanan, di Roliabile Shop. Menggunakan teknologi hanya mempromosikan produk mereka melalui internet atau lagsung kunjungi Instagram roliablesHp.

2. Penerapan *marketing* di tinjau dari ekonomi syariah, *Roliabile Shop* kejujuran, ketulusan, profesionalisme, ramah dan murah hati. perdagangan yang jujur, perdagangan yang adil, dalam rangka ketaqwaan kepada Allah SWT. memahami tentang keseimbangan antara dunia dan akhirat.

Tidak hanya mengejar kebutuhan duani tetapi juga akhirat. Perlunya keseimbangan pada bisnis yang di jalankan agar mendapat suatu keberkahan dari Allah SWT. Tidak menampakkan secara langsung kepada tempat usaha bahwasanya harus menampilkan bisnis yang syariah, namun lebih tepatnya memfokuskan pada beramal seperti melakukan kegiatan sosial bersama masyarakat untuk masyarakat. Menerapkan beberapa nilai-nilai syariah, yaitu :

- *rabbaniyah*
- *akhlaqiyyah*
- *Al-waqi'yyah*
- *Insaniyyah*
- *Shiddiq*
- *Amanah*
- *al-adl dan*
- Menepati janji dan tidak curang

Serta karakteristik *marketing* syariah yang ada pada *Roliabile Shop* seperti ketuhanan, etis, realistis dan humanistis.

B. Saran

Dalam hasil skripsi ini, penulis juga ingin memberikan Saran untuk semua pihak dan insya Allah Memberikan saran yang berguna untuk arah yang lebih baik, Rekomendasi ini termasuk yang berikut: Untuk toko Roliabile Shop Satu-satunya saran yang bisa saya berikan adalah Toko Roliabile Shop harus lebih agresif dalam mempromosikan produk yang bagus Melalui internet, majalah atau iklan. Juga, setiap tahun/bulan harus mengadakan diskon untuk mendapatkan perhatian kandidat Pelanggan baru membeli produk dari toko Roliabile Shop.

REFERENSI

Buku:

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV. Alfabeta
- Abdullah, Ma'rif, (2014), Manajemen Bisnis Syariah, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri.(2012), Manajemen Pemasaran, Jakarta: RajaGrafindoPersada.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2013) Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan, Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. (2009), Manajemen Bisnis Syariah, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, Donni Juni Priansa. (2014), Manajemen Bisnis Syariah, Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2017), Pengantar Bisnis, Bandung:Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2014), Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Rianto, M. Nur, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Shihab, Muhammad Quraish, Berbisnis dengan Allah: Tips Jitu Jadi Pebisnis Sukses Dunia-Akhirat, Jakarta: Lentera Hati, 2008.
- Kertajaya,H.,&Sula,M.S.Syariah Marketing. Bandung:Mizan, 2008.

Jurnal:

Bachri, Bachtiar. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10 (1), 56-57.

Imawan, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Toko Saudi Store Batoh, universitas islam negeri ar-raniry banda aceh.

Rivai, V. (2012). *Islamic Marketing : Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi:

Fajrina, Dyas Nur, (2015) Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syariah Pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di PerumahanKaliwungu Indah-Kendal), Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.

Ridhawati, Ria Resti, 2015, Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rabbani Semarang,Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.

Wijaya, Ranga, Strategi Pemasaran Pada Baitul Mal Wat Tamwil Bina Muslim Mandiri (BMM) Pangkalan Bun, Skripsi, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2013

Website :

Zakky, Pengertian Konsep Menurut Para Ahli Beserta Fungsi, Unsur dan Ciri-Cirinya,

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-konsep/>, diunduh tanggal 04 Oktober 2018, pukul 20.00 WIB