

**ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN PRODUK MUSLIMAH PADA TOKO NAVIRA
COLLECTION SUMBER KABUPATEN CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.)

Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Fakultas Syariah (FS)



Oleh:

AISYAH NURUL IZZA

NIM: 2008202080

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1445 H/2024 M

**ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN PRODUK MUSLIMAH DI TOKO NAVIRA COLLECTION
SUMBER CIREBON
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas Syariah (FS)



Oleh:

AISYAH NURUL IZZA

NIM: 2008202080

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2024 M / 1445 H

ABSTRAK

Aisyah Nurul Izza. NIM 2008202080. “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Muslimah Di Toko Navira Collection Sumber Cirebon”, 2024.

Perkembangan Halal life style memuat beberapa industri yaitu halal food, Halal fashion, halal travel, halal kosmetik, halal media. Penulis disini ingin menganalisis sektor halal fashion, trend fashion muslimah kini begitu pesat, hal ini terlihat dari berbagai busana dengan berbagai model seperti gamis, rok, celana, kulot, jilbab, tunik, abaya dan lainnya yang dikenakan para muslimah. Selain itu, outlet dan brand fashion muslimah seperti Rabbani, Zoya, Mezora, Elzatta, Nibras, Ethica, dan zaskia sungkar dengan brand sendiri Bernama Kia by zaskia sungkar masih banyak lagi designer busana muslim yang telah mengeluarkan produknya hingga dikonsumsi sampai keluar negeri.

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian lapangan (field research) dan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dan yuridis empiris. Analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan mengenai permasalahan yang diteliti kemudian dianalisis untuk mengetahui Strategi Pemasaran Pada Toko Navira Collection Secara Umum/Syariah.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah Strategi pemasaran yang digunakan pada toko Navira Collection memakai 4 P unsur/elemen bauran pemasaran/marketing mix meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi (product, price, promotion, place). Sudah menerapkan sesuai dengan bauran pemasaran namun ada beberapa yang belum berjalan secara optimal seperti promosi pada media sosial, serta produk yang tersedia hanya mukena yang lainnya masih preorder seperti hijab, busana muslim, dan seprai. Toko Navira Collection telah menerapkan strategi pemasaran syariah seperti produk yang halal sesuai permintaan konsumen Amanah, jujur jikalau ada produk yang cacat atau ada kesalahan dalam pembuatan. Harga yang terjangkau tidak merugikan konsumen pengambil keuntungan secukupnya tidak menimbun barang/produk. Promosi tidak melebihi-lebihkan produknya, tidak plagiat atau mengambil foto produk orang lain, maka dari itu owner memotret produk sendiri dan di promosikan sendiri di Whatsapp dan Facebook. Tempat/lokasinya jelas, dan memiliki izin tidak boleh menipu konsumen. Dampak positif dan negatif dari strategi pemasaran di toko Navira Collection diantaranya dalam sisi peluang mudah dijangkau oleh masyarakat karena toko dekat jalan raya berdekatan dengan masyarakat, sudah terkenal penjualan sampai di beberapa daerah seperti Yogyakarta, brebes, malang dan medan, memiliki banyak karyawan, konsumen dan relasi para pengusaha. Tantangan beberapa barang yang masih preorder, kurangnya manajemen waktu, juga pemahaman terhadap social, kurang optimal dalam menerapkan strategi yang sesuai dengan umum ataupun syariahnya.

Kata Kunci: *Perkembangan Fashion, Strategi Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran*

ABSTRACT

Aisyah Nurul Izza. NIM 2008202080. “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Muslimah Di Toko Navira Collection Sumber Cirebon”, 2024.

The development of Halal life style includes several industries, namely halal food, halal fashion, halal travel, halal cosmetics, halal media. The author here wants to analyze the halal fashion sector, the trend of Muslim women's fashion is now very fast, this can be seen from the various clothing with various models such as robes, skirts, trousers, culottes, headscarves, tunics, abayas and others worn by Muslim women. Apart from that, Muslim fashion outlets and brands such as Rabbani, Zoya, Mezora, Elzatta, Nibras, Ethica, and Zaskia Sungkar with their own brand called Kia by Zaskia Sungkar, there are many more Muslim fashion designers who have released their products and are consumed abroad.

This type of research is field research and uses qualitative methods. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation. The approach in this research is normative juridical and empirical juridical. Data analysis used is descriptive analysis method, which describes the problems studied and then analyzed to determine the fulfillment Marketing Strategy at Navira Collection Stores in General/Sharia.

The results of this research are that the marketing strategy used at the Navira Collection store uses 4 P elements of the marketing mix including product, price, promotion and distribution (product, price, promotion, place). We have implemented the marketing mix, but there are some things that are not running optimally, such as promotions on social media, and the only products available are mukenah, others are still on pre-order, such as hijabs, Muslim clothing and bed sheets. The Navira Collection store has implemented sharia marketing strategies such as halal products according to the demands of Amanah consumers, being honest if a product is defective or there is an error in manufacturing. Affordable prices do not harm consumers, profit takers simply do not hoard goods/products. Promotion does not exaggerate the product, does not plagiarize or take photos of other people's products, therefore the owner takes photos of the product himself and promotes it himself on Whatsapp and Facebook. The place/location is clear, and having permission should not deceive consumers. The positive and negative impacts of the marketing strategy at the Navira Collection store include the opportunity to be easily accessible to the public because the store is near the main road close to the community, is well known for sales in several areas such as Yogyakarta, Brebes, Malang and Medan, has many employees, consumers and relations. entrepreneurs. The challenges of some items still being pre-ordered, lack of time management, as well as social understanding, less than optimal implementation of strategies in accordance with general regulations or sharia.

Keywords: *Fashion Development, Sharia Marketing Strategy, Marketing Mix*

المخلص

عائشة نور العزة. نيم إثنان مليار وثمانية مليون ومائتان وإثنان ألف وثمانون تحليل القانون الاقتصادي الشرعي حول استراتيجيات التسويق لمنتجات المرأة المسلمة في المتجر مجموعة نافيرا المصدر سيريبون

يشمل تطوير نمط الحياة الحلال عدة صناعات، وهي الأغذية الحلال، والأزياء الحلال، والسفر الحلال، ومستحضرات التجميل الحلال، ووسائل الإعلام الحلال. يريد المؤلف هنا تحليل قطاع الأزياء الحلال، أصبح اتجاه أزياء المرأة المسلمة الآن سريعاً جداً، ويمكن ملاحظة ذلك من الملابس المتنوعة ذات الموديلات المختلفة مثل الجلابب والتنانير والسراويل والسراويل الطويلة والحجاب والسترات والعبايات وغيرها. ترتديه النساء المسلمات. بصرف النظر عن ذلك، فإن منافذ الأزياء الإسلامية والعلامات التجارية مثل رباني، زويا، ميزورا، الزاتا، نبراس، إيثيكا، وزاسيا سونغكار مع علامتها التجارية الخاصة التي تسمى كيا باي زاسيا سونغكار، هناك العديد من مصممي الأزياء المسلمين الذين أطلقوا منتجاتهم وهم المستهلكة في الخارج.

نوع البحث الذي يتم إجراؤه هو بحث ميداني ويستخدم الأساليب النوعية. تقنيات جمع البيانات باستخدام أساليب المقابلة والملاحظة والتوثيق. والمنهج في هذا البحث هو المعيار الفقهي والقضائي التجريبي. تحليل البيانات المستخدم هو أسلوب تحليلي وصفي، أي وصف المشكلات المدروسة ومن ثم تحليلها لتحديد استراتيجية التسويق في متجر نافيرا كوليكتشن بشكل عام/شرعي.

تستخدم نتائج هذا البحث هي أن الإستراتيجية التسويقية المستخدمة في متجر للمزيج التسويقي تشمل المنتج، السعر، الترويج والتوزيع (المنتج، السعر، الترويج، المكان. عناصر لقد قمنا بتنفيذ المزيج التسويقي، ولكن هناك بعض الأشياء التي لا تسير على النحو الأمثل، مثل العروض الترويجية على وسائل التواصل الاجتماعي، والمنتجات الوحيدة المتاحة هي المكيئة، والبعض الآخر لا يزال تحت الطلب المسبق، مثل الحجاب والملابس الإسلامية وأغطية السرير. قام متجر نافيرا كوليكتشن بتطبيق استراتيجيات التسويق الشرعي مثل المنتجات الحلال وفقاً لطلبات مستهلكي أمانة، والصدق في حالة وجود عيب في المنتج أو وجود خطأ في التصنيع. الأسعار المعقولة لا تضر المستهلكين، فأخذوا الربح ببساطة لا يخزنون السلع/المنتجات. الترويج لا يبالغ في المنتج، ولا ينتحل أو يلتقط صوراً

لمنتجات الآخرين، وبالتالي يقوم المالك بالتقاط صور للمنتج بنفسه والترويج له بنفسه على الواتس اب والفيسبوك. المكان/الموقع واضح، والحصول على الإن لا ينبغي أن يخدع المستهلكين. تشمل التأثيرات فرصة الوصول بسهولة إلى مجموعة نافيرا الإيجابية والسلبية لاستراتيجية التسويق في متجر الجمهور نظراً لقرب المتجر من الطريق الرئيسي بالقرب من المجتمع، وهو معروف بالمبيعات في عدة مناطق مثل يوجياكارتا وبريبيس ومالانج وميدان لديها العديد من الموظفين والمستهلكين والعلاقات.

تحديات بعض البنود لا تزال في حالة ترتيب مسبق، ونقص في إدارة الوقت، وكذلك التفاهم الاجتماعي، وأقل من التنفيذ الأمثل للاستراتيجيات وفقاً للضوابط العامة أو الشرعية

الكلمات المفتاحية: تطوير الأزياء، استراتيجية التسويق الشرعي، المزيج التسويقي

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN PRODUK MUSLIMAH DI TOKO NAVIRA COLLECTION**

SUMBER CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas Syariah (FS)

Oleh:


AISYAH NURUL IZZA


2008202080

Pembimbing:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


H. Zainul Alim, Lc. MA
NIP. 19880825 201701 3 001


Ila Navilah S.Sos, M.E. Sy.
NIP. 19860223 201710 4 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah,



Akhmad Shodikin, M. HI
NIP. 19731104 200710 1 001

NOTA DINAS

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Syariah
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Aisyah Nurul Izza**, NIM: **2008202080** dengan judul "**Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Muslimah Di Toko Navira Collection Sumber Cirebon**". Ekonomi Syariah Fakultas Syariah (FS) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk munaqasah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


H. Zainul Alim, Lc. MA

NIP. NIP. 19880825 201701 3 001


Ila Navilah S.Sos., M.E.Sy.

NIP. 19860223 201710 4 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah,



Akhmad Shodikin, M. HI
NIP. 19731104 200710 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Muslimah Di Toko Navira Collection Sumber Cirebon”. Oleh Aisyah Nurul Izza, NIM: 2008202080, telah diajukan dalam sidang munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 24 April 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah (FS) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasah

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Ahmad Shodikin, M. HI
NIP. 197311042007101001



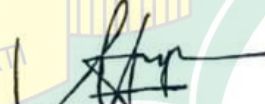
Atif Muamar, M. HI
NIP. 1985121912192015031007

Penguji I,

Penguji II,



Jefik Zulfikar Hafizd, M.H.
NIP. 199207252019031012



Atif Muamar, M. HI
NIP. 1985121912192015031007

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Nurul Izza
NIM : 2008202080
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 25 Agustus 2002
Alamat : Jalan Arya Salingsingan Blok Sidapura RT 006 RW 04
Desa Kasugengan Kidul Kecamatan Depok Kabupaten
Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Muslimah Di Toko Navira Collection Sumber Cirebon**" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Cirebon, 8 April 2024

Saya yang menyatakan


Aisyah Nurul Izza

NIM. 2008202080

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia serta kemudahan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kepada kedua orang tuaku, ayahanda Sohibul Mikroj dan ibunda tercinta Anna Sari. Mereka sangat berperan penting di dalam proses penyelesaian program studi penulis. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis serta atas cinta, kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat, mendidik serta memberikan dukungan moral dan materil selama mengikuti perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga Allah SWT selalu memuliakan beliau berdua baik di dunia maupun di akhirat.
2. Kepada kedua saudara kandungku, kakak Faisal Haidar Farras dan adik tercinta Almira Khansa Tsuraya. Terima kasih sudah menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan studinya.
3. Kepada keluarga besar saya, terima kasih selalu membantu, memberikan dukungan, dan mendoakan penulis.
4. Kepada perempuan sederhana yang masih banyak kurangnya dalam banyak hal serta sifatnya yang sangat tertutup dalam menceritakan isi hati dan pikirannya yang selalu dipendam sendiri ini yaitu sang penulis Aisyah Nurul Izza, seorang perempuan yang berumur 21 tahun saat menyusun karya tulis ini. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan terima kasih telah merayakan dirimu sendiri, walaupun seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan namun akan tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah di manapun berada dan jangan pernah takut akan hal yang membuatmu sedih.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis merupakan perempuan kelahiran Cirebon, 25 Agustus 2002. Dengan rasa penuh dan kasih sayang penulis dibesarkan dan diberi nama Aisyah Nurul Izza. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sohibul Mikroj S.Pd dan Ibu Anna Sari. Penulis merupakan Warga Negara Indonesia dan beragama Islam yang bertempat tinggal di Desa Kasugengan Kidul Kec. Depok Kab. Cirebon, Jawa Barat. Adapun jenjang pendidikan yang telah ditempuh, sebagai berikut:

1. PAUD Fithrah Jakarta Selatan, lulus pada tahun 2008.
2. SD Negeri 2 Kasugengan Kidul, lulus pada tahun 2013.
3. SMP Negeri 1 Ciwaringin, lulus pada tahun 2017.
4. MA Negeri 1 Cirebon, lulus pada tahun 2020.

Dalam bidang akademik, penulis merupakan mahasiswi program sarjana satu (S1) pada Fakultas Syariah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) pada tahun 2020-sekarang. Selain kuliah penulis aktif mengikuti organisasi seperti Himpunan Mahasiswa Hukum ekonomi Syariah (HIMAHES) sebagai deputy direktur direktorat entrepreneur dan mengajar di Yayasan Pendidikan Dakwah Islam Al-Hijrah Klangeran Cirebon sebagai Guru Al Quran Qiroati. Penulis mengambil judul skripsi “**ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK MUSLIMAH PADA TOKO NAVIRA COLLECTION SUMBER KABUPATEN CIREBON**”, dibawah bimbingan Bapak H. Zainul Alim, Lc. MA dan Ibu Ila Navilah, S. Sos., M.E.Sy. Sejatinya kesempurnaan hanya milik Allah SWT, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi ini, yang dapat disampaikan kepada penulis melalui email: aisyahnurul05770@gamil.com atau nomor telepon 083878834887.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK MUSLIMAH PADA TOKO NAVIRA COLLECTION SUMBER KABUPATEN CIREBON”**. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW karena berkat perjuangan beliau kita dapat merasakan manfaat dari ilmu pengetahuan yang berlandaskan imam dan Islam dalam kehidupan kita sehari-hari. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan masukan dari para pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini. Selanjutnya, selama waktu penelitian, penyusunan, hingga skripsi ini diselesaikan, penulis telah mendapat banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

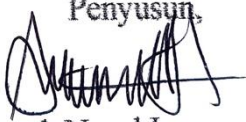
1. Bapak Prof. Dr. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA selaku Dekan Fakultas Syariah (FS) IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Ahmad Shodikin, M.H.I. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Afif Muamar, M.H.I selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak H. Zainul Alim, Lc. MA dan Ibu Ila Navilah, S. Sos., M.E.Sy. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingannya bagi penulis selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis, beserta terimakasih kepada staff Jurusan Hukum Ekonomi

Syariah Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang sudah banyak membantu penulis.

7. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Sohibul Mikroj dan Ibu Anna Sari yang senantiasa mendoakan dan menyemangati anaknya untuk terus berjuang serta segala dukungan baik bersifat moral maupun material demi terselesaikannya masa studi ini.
8. Kepada suami halu tercinta penulis Ayang Songkang, Sehun, Ji Chang Wook dan drama-drama Korea yang sudah menjadi teman menghibur, menyemangati selama masa-masa tersulit penulis.
9. Ibu Tina selaku Pemilik Toko Navira *Collection* Sumber Cirebon yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Toko Navira *Collection* Sumber Cirebon dan para karyawan serta konsumen yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada sahabat tersayang Ulfah Al Ameriyah, Rika Rahmawati, Nurlala Khosyatillah, Hanum Iliani, Fazrin Nursefha, Tiara Nurahayu, Dwi Saraswati, Virgi Alfiansyah, Vira Zahra Athirah, Ines Diafasya terimakasih atas semua bantuan, motivasi dan dukungannya dalam penulisan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah C angkatan 2020, teman-teman KKN Desa Megu Cilik, PPL dan temanteman HIMAHES. Terimakasih atas kebersamaan selama masa kuliah yang tidak akan terlupakan. Terimakasih untuk semua kenangan indah dan pengalaman yang berharga.
12. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semuanya.

Hanya pada Allah SWT kembalinya segala sesuatu. Penulis hanya mampu mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya, semoga kebaikan yang telah dicurahkan menjadi nilai-nilai amal di sisi Allah SWT. Aamiin.

Cirebon, 20 Januari 2023

Penyusun,

Aisyah Nurul Izza

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
المخلص	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
MOTTO	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitianw	8
E. Penelitian Terdahulu	9

F. Kerangka Pemikiran	14
G. Metodologi Penelitian	17
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Konsep Strategi Pemasaran	23
B. Konsep Strategi Pemasaran Syariah	31
C. Prinsip, Karakteristik, dan Praktik Pemasaran Nabi Muhammad SAW	34
D. Konsep Produk Muslimah	40
E. Tantangan dan Peluang Halal Fashion di Indonesia	42
BAB III TINJAUAN OBJE PENELITIAN	45
A. Profil Usaha Toko Navira Collection	45
B. Keadaan Toko Navira Collection dan Perkembangan Ekonomi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Strategi Pemasaran Produk Muslimah di Toko Navira Collection Sumber Cirebon....	57
B. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Tentang Strategi Pemasaran Produk Muslimah di Toko Navira Collection Sumber Cirebon.....	61
C. Dampak Penerapan Dari Strategi Pemasaran Produk Muslimah di Navira Collection Sumber Cirebon.....	69
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN- LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jam Operasional Toko Navira Collection	53
Tabel 3.2 Daftar Harga Produk Muslimah Toko Navira Collection	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	50
Gambar 3.3 Produk Muslimah.....	55



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	-ʿ	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	-ʿ	Apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِ... ي	Fathah dan Ya	Ai	A dan U
ـِ... و	Fathah dan Wau	Au	A dan U
ـِ... ي	Fathah dan Ya	Ai	A dan U

Contoh:

كَتَبَ َ = kataba

فَعَلَ ِ = fa`ala

سَأَلَ ُ = su'ila

كَيْفَ ِ = kaifa

حَوْلَ ِ = haula

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ...آ	Fathah dan Alif atau Ya	Ā	A dan garis di atas
إ...إ	Kasrah dan Ya	Ī	I dan garis di atas
أ...أ	Dammah dan Wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ = qāla

رَمَى = ramā

قِيلَ = qīla

يَقُولُ = yaqūlu

d. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu: Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t". b. *Ta' marbutah mati* Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h". Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ = al-madīnah al-munawwarah/al-
madīnatul munawwarah

طَلْحَةُ = qīla

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ = nazzala

الْبِرِّ = al-birr

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1). *Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2). *Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ = ar-rajulu

الْقَلَمُ = al-qalamu

الشَّامْسُ = asy-syamsu

الْجَلَالُ = al-jalālu

g. *Hamzah*

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ = ta'khuẓu

سَيُّئٌ = syai'un

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَخَيْرُ الرَّازِقِينَ = Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرسَاهَا = Bismillāhi majrehā wa mursāhā

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = Alhamdu lillāhi rabbi al-'ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ = Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غُفُورٌ رَّحِيمٌ = Allaāhu gafūrun rahīm

لِإِلَهِ الْأُمُورِ جَمِيعاً = Lillāhi al-amru jamī'an/Lillāhil-amru jamī'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

