

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL
MELALUI MARKETPLACE DI MASA PANDEMI
*COVID-19***

**(Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR *Collection*
di Desa Tegalgubug Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Disusun Oleh :

NUR LATIFAH

NIM 1808203114



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1444 H/2022 M

ABSTRAK

Nur Latifah. 1808203114, "Strategi Pemasaran Produk Halal Melalui Marketplace di Masa Pandemi Covid-19 (Penelitian pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection di Desa Tegalgubug Cirebon), Skripsi 2022.

Wabah pandemi *Covid-19* yang melanda hampir di seluruh dunia mengakibatkan sendi-sendi kehidupan perekonomian mengalami kelumpuhan yang berakibat pasar-pasar ditutup guna mengurangi aktivitas dan hal ini berpengaruh terhadap produksi membuat keadaan pemilik usaha menjadi shock baik secara perorangan, perusahaan makro dan mikro tergerus akibat dampak pandemic *Covid-19* .(Lucky and Rosmadi 2021) bentuk upaya yang diserukan dan dilakukan oleh dunia untuk mengurangi penyebaran wabah ini adalah dengan social distancing upaya ini memberi kebaikan di satu sisi namun juga berakibat pada penurunan Aggregate Supply atau penawaran agregat dan Aggregate Demand permintaan agregat akibat pembatasan aktivitas dan hanya berdiam diri di rumah yang juga mempengaruhi pada penurunan terus menerus jumlah produksi, sektor industri lokal khususnya pada industri Konveksi Hijab LR *Collection* yang ada di Desa Tegalgubug Cirebon namun, hadirnya wabah ini juga bersamaan dengan semakin berkembangnya sistem teknologi informasi yang berimbang pada perkembangan pemasaran juga yakni dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan transaksi pembelian secara online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk halal melalui marketplace di masa pandemic *Covid-19*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditunjuk untuk mendeskripsikan dan menganalisis studi kasus, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Sumber data yang digunakan yakni data primer dan sekunder, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan atau objek penelitian sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi secara langsung di Hiab LR *Collection*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, Penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.

Strategi Pemasaran Marketplace yang Digunakan Pada Konveksi Hijab LR *Collection* di Desa Tegalgubug Cirebon, hijab LR *Collection* menggunakan jenis strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*undifferentiated Marketing*). Perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk. Konsep Strategi Pemasaran Hijab LR *Collection* melalui Segmentasi, Targetting, Positioning, Pemberlakuan Bauran pemasaran, bauran pemasaran difokuskan terhadap 4P yakni, Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*). Dampak Penggunaan Marketplace Terhadap Penjualan Konveksi Hijab LR *Collection* di masa Pandemi *Covid-19* tentang keberadaan marketplace facebook sangat signifikan meningkat pesat penjualannya bahkan mencapai 2000pcs/minggu dari setiap produknya.

Kata kunci :Marketplace, Strategi Pemasaran, produk halal.

ABSTRACT

Nur Latifah. 1808203114, "Halal Product Marketing Strategy Through Marketplace in the Covid-19 Pandemic Period (Research on Hijab LR Collection Convection Craftsmen in Tegalgubug Cirebon Village), 2022.

Die uitbreking van die Covid-19-pandemie wat byna oor die wêreld heen getref is, het veroorsaak dat die gesamentlike ekonomiese lewe verlamming ervaar het wat daartoe gelei het dat markte gesluit is om aktiwiteit te verminder en dit het die stand van sake-eienaars in skok laat beland, beide individueel, makro- en mikromaatskappye het weens die impak van die Covid-19-pandemie erodeer. (Gelukkig en Rosmadi 2021) Die vorm van moeite wat deur die wêreld geroep en gemaak word om die verspreiding van hierdie te verminder, is deur hierdie poging om aan die een kant goed te doen, maar ook lei tot 'n afname in aggregator vraag of totale vraag en totale vraag totale vraag as gevolg van beperkings op aktiwiteit en tuisbly wat ook die voortdurende afname in die hoeveelheid produksie beïnvloed. Die plaaslike industriële sektor, veral in die Hijab LR Collection Convection-industrie in Tegalgubug Cirebon Village, val egter ook saam met die ontwikkeling van inligtingstegnologiestelsels wat ook die ontwikkeling van bemarking beïnvloed, naamlik deur inligtingstegnologie te gebruik om aanlyn aankooptransaksies te doen.

Hierdie navorsing het ten doel om uit te vind hoe halaal produk bemarkingsstrategie deur die mark in die Covid-19-pandemie. Hierdie studie gebruik kwalitatiewe metodes, 'n navorsing wat aangewys is om gevallestudies, sosiale aktiwiteite, houdings, oortuigings, persepsies, gedagtes van mense individueel en in groepe te beskryf en te analyseer. Die data wat gebruik word, is primêre en sekondêre data, primêre data is data wat direk van informante of navorsingsvoorwerpe verkry word, terwyl sekondêre data van publikasies verkry word. Data-insamelingstegnieke deur onderhoude, waarnemings, dokumentasie direk in Hiab LR-versameling. Data-analise tegnieke wat gebruik word, is datavermindering, data-aanbieding, gevolgtrekkingsonttrekking / verifikasie

Mark bemarkingstrategie wat in Hijab LR Collection Convection in Tegalgubug Cirebon Village gebruik word, gebruik hijab LR-versameling 'n tipe bemarkingstrategie wat nie die mark diskrimineer nie (ongedifferensieerde bemarking). Die maatskappy produseer en bemark slegs een soort produk. Die konsep van Hijab LR Collection Marketing Strategy deur segmentering, teiken, posisionering, implementering van bemarkingsmengsel, bemarkingsmengsel is gefokus op 4P naamlik Produk (produk), Prys (prys), Plek (plek), Promosie (promosie). Die impak van die gebruik van markte op die verkoop van hijab LR Collection-konveksie tydens die Covid-19-pandemie oor die bestaan van die mark op Facebook het vinnig toegeneem, selfs tot 2000pcs / week van elke produk.

Keyword : Mark, Bemarking strategie, halal product.

الملخص

نور لطيفة، 1808203114، إستراتيجية تسويق المنتجات الحلال من خلال السوق في فترة جائحة كوفيد - ١٩ (بحث عن حرفيي الحجاب بالحمل الحراري لمجموعة في قرية تيجالجوبج سيريبون) ، أطروحة عام ٢٠٢٢.

أدى تفشي وباء كوفيد - ١٩ الذي ضرب جميع أنحاء العالم تقربياً إلى شلل مفاصل الحياة الاقتصادية مما أدى إلى إغلاق الأسواق لتقليل النشاط مما أثر على الإنتاج ، مما تسبب في إصابة أصحاب الأعمال بالصدمة ، على حد سواء. بشكل فردي ، تأكّلت الشركات الكلية والمتناهية الصغر بسبب تأثير وباء كوفيد - ١٩ وباعشكل الجهد التي دعا إليها واتخذها العالم للحد من انتشار هذا الوباء هو التباعد الاجتماعي. وهذا الجهد يعطي الخير من جهة ولكنه يؤدي أيضاً إلى انخفاض إجمالي العرض أو إجمالي العرض والطلب الإجمالي ، إجمالي الطلب المستحق. إلى قيود النشاط والبقاء في المنزل مما يؤثر أيضاً في الانخفاض المستمر في عدد الإنتاج ، والقطاع الصناعي المحلي ، وخاصة في صناعة الحمل الحراري في قرية ، سيريبون ، ومع ذلك ، فإن وجود هذا الوباء يتزامن أيضاً مع تطوير أنظمة تكنولوجيا المعلومات التي لها تأثير على تطوير التسويق أيضاً ، أي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات في إجراء المعاملات. الشراء عبر الإنترنت

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية إستراتيجية تسويق المنتجات الحلال من خلال السوق أثناء جائحة كوفيد - ١٩. تستخدم هذه الدراسة الطريقة النوعية ، وهي دراسة معينة لوصف وتحليل دراسات الحال ، والأنشطة الاجتماعية ، والموافق ، والمعتقدات ، والتصورات ، وأفكار الناس بشكل فردي وفي مجموعات. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والثانوية ، والبيانات الأولية هي البيانات التي تم الحصول عليها مباشرة من المخبرين أو كائنات البحث ، بينما يتم الحصول على البيانات الثانوية من المنشورات. تقنيات جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق مباشرة في مجموعة. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تقليل البيانات ، عرض البيانات ، رسم الاستنتاج / التحقق.

إستراتيجية تسويق السوق المستخدمة في الحمل الحراري لمجموعة في قرية ، تستخدم مجموعة نوعاً من إستراتيجية التسويق التي لا تفرق بين الأسواق (التسويق غير المتمايز). تنتج الشركة وتسوق نوعاً واحداً من المنتجات فقط. مجموعة من خلال التجزئة والاستهداف وتحديد المواقع وإنفاذ المزيج التسويقي ، يركز المزيج التسويقي على العناصر الأربع ، أي المنتج والسعر والمكان والترويج. إن تأثير استخدام السوق على بيع الحمل الحراري لمجموعة أثناء جائحة فيما يتعلق بوجود سوق يتزايد بسرعة كبيرة ، حتى أن المبيعات تصل إلى قطعة في الأسبوع من كل منتج.

الكلمات المفتاحية: سوق ، إستراتيجية تسويق ، منتجات حلال

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL MELALUI MARKETPLACE DI MASA PANDEMI COVID-19

(Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection Di Desa
Tegalgubug Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

NUR LATIFAH

NIM : 1808203114

Pembimbing I,

Dr. H. Wasman, M.Ag

NIP. 19590107 199201 1 001

Pembimbing II,

Abdul Ghoni, MA

NIP. 19841012 201903 1 008

SYEKH NUR

CIREBON

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,



Eef Siefullah, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudari Nur Latifah, NIM : 1808203114 dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL MELALUI MARKETPLACE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection Di Desa Tegalgubug Cirebon)". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Menyetujui:

Pembimbing I,

SM.

Dr. H. Wasman, M.Ag

NIP. 19590107 199201 1 001

Pembimbing II,

S.

Abdul Ghoni, MA

NIP. 19841012 201903 1 008

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Efi Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL MELALUI MARKETPLACE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR *Collection* Di Desa Tegalgubug Cirebon)”. Oleh Nur Latifah, NIM : 1808203114, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 10 Maret 2022

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nur Latifah

NIM : 1808203114

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 20 Februari 2000

Alamat : Jln.Siliwangi Rt.001 Rw.005 Desa Kaliwedi Lor

Kec. Kaliwedi Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul

“STRATEGI PEMASARAN PRODUK HALAL MELALUI MARKETPLACE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection Di Desa Tegalgubug 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 dijatuahkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 20 Februari 2022

Saya yang menyatakan,



Nur Latifah

NIM 1808203114

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Yanto dan Ibu Oom Akromah khususnya. Sebagai tanda bakti dan hormat serta rasa terimakasih atas limpahan doa, dukungan, bimbingan serta pengorbanan dan kerja keras Mama dan Mimi selama ini, sehingga bisa menghantarkan putrimu sampai pada titik ini.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan dikabupaten Cirebon tanggal 20 Februari 2000, dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Nur Latifah. Penulis adalah anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Ibu Oom Akromah dan Bapak Yanto dengan kaka bernama Agung Sulaeman serta adek bernama Muhammad Zakirudin.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SDN 1 Kaliwedi Kidul pada tahun 2007
2. SMPN 2 Kaliwedi pada tahun 2012
3. SMAN 1 Susukan 2015

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Progam studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi "**STRATEGI PEMASARAN MARKETPLACE DI MASA PANDEMI COVID-19 (Penelitian Pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection Di Desa Tegalgubug Cirebon)**" dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Wasman, M.Ag dan Bapak Abdul Ghoni, MA.



MOTTO HIDUP

“Allah tau apa yang aku butuhkan, bukan apa yang kita inginkan. Semua yang terjadi adalah rencana terindahnya”.



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Halal Melalui Marketplace di Masa Pandemi Covid-19 (Penelitian pada Pengrajin Konveksi Hijab LR Collection di Desa Tegalgubug Cirebon)” ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, dan para sahabatnya yang telah memberikan nikmat Iman dan Islam sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Cirebon.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibunda tercinta Ibu Oom Akromah dan Bapak Yanto serta kakak tercinta Agung Sulaeman tak lupa pula adek tercinta M. Zakirudin yang telah banyak memberikan do'a, motivasi dan dukungan serta selalu memberikan semangat tiada henti dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk senantiasa mendukung niatan baik peneliti dalam menempuh pendidikan hingga bisa sampai di perguruan tinggi, bahkan sampai peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, mengarahkan, membimbing serta memotivasi peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Sumanta, M.Ag, Selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam.
3. Eef Saefulloh, M. Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Nur Eka Setiowati, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Dr. H. Wasman M.Ag selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

- 
6. Bapak Abdul Ghoni, MA selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan semakin baik.
 7. Segenap Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang dengan sabar dan ikhlas dalam mengajarkan keilmuan selama penulis menempuh studi.
 8. Owner Hijab LR *Collection* Mba Liana Sari dan Karyawannya yang telah membantu peneliti dalam memberikan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.
 9. Terimakasih Mbaku Roikhatul Jannah, S.Pd yang senantiasa menyemangati peneliti sekalipun peneliti seringkali banyak drama tapi tetap sabar menghadapinya bahkan sampai di titik ini.
 10. Terimakasih Taqiy Haidar yang sudah begitu sabar, memberi support dan menjadi tempat keluh kesah akhir – akhir ini.
 11. Terimakasih teman- teman Perbankan Syariah 2018, khususnya teman – teman Perbankan Syariah C yang telah berjuang bersama selama perkuliahan dan telah memberikan semangat kepada saya.
 12. Terimakasih Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Perbankan Syariah (HIMPASy) yang telah memberikan dukungan semangat.
 13. Terimakasih saudara dan teman – teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak tersebut menjadi amal ibadah dan mendapatkan balassan dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, peneliti menerima semua kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 20 Februari 2022

Peneliti,

Nur Latifah
NIM. 1808203114

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
الملخص.....	iii
Persetujuan Pembimbing.....	iv
Nota Dinas.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN LITERASI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Literatur Review.....	7
E. Kerangka Pemikiran.....	12
F. Metodologi Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Strategi Pemasaran.....	21
1. Pengertian Strategi Pemasaran	21
2. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran.....	22

3. Konsep Strategi Pemasaran.....	24
B. Produk Halal	28
1. Pengertian Produk Halal	28
2. Dasar Hukum dan Karakteristik Produk Halal.....	29
C. Marketplace	32
1. Pengertian Marketplace.....	32
2. Jenis-Jenis Marketplace.....	33
3. Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Marketplace.....	34
D. Pandemi <i>Covid-19</i>	36
1. Dampak Pandemi <i>Covid-19</i>	36
BAB III KONDISI OBJEKTIF TEMPAT PENELITIAN	39
A. Profil Konveksi Hijab LR <i>Collection</i>	39
B. Sejarah Singkat Berdirinya Konveksi Hijab LR <i>Collection</i>	41
C. Produk-Produk Konveksi Hijab LR Chollecion	43
D. Marketplace yang digunakan Konveksi Hijab LR <i>Collection</i>	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Langkah-Langkah Konveksi Hijab LR <i>Collection</i> Menjalankan Strategi Pemasaran Marketplace Facebook.....	49
B. Strategi Pemasaran Marketplace Facebook Pada Konveksi Hijab LR <i>Collection</i> di Desa Tegalgubug Cirebon	54
C. Dampak Penggunaan Marketplace Facebook Terhadap Penjualan Konveksi Hijab LR <i>Collection</i> di masa Pandemi <i>Covid-19</i>	68
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

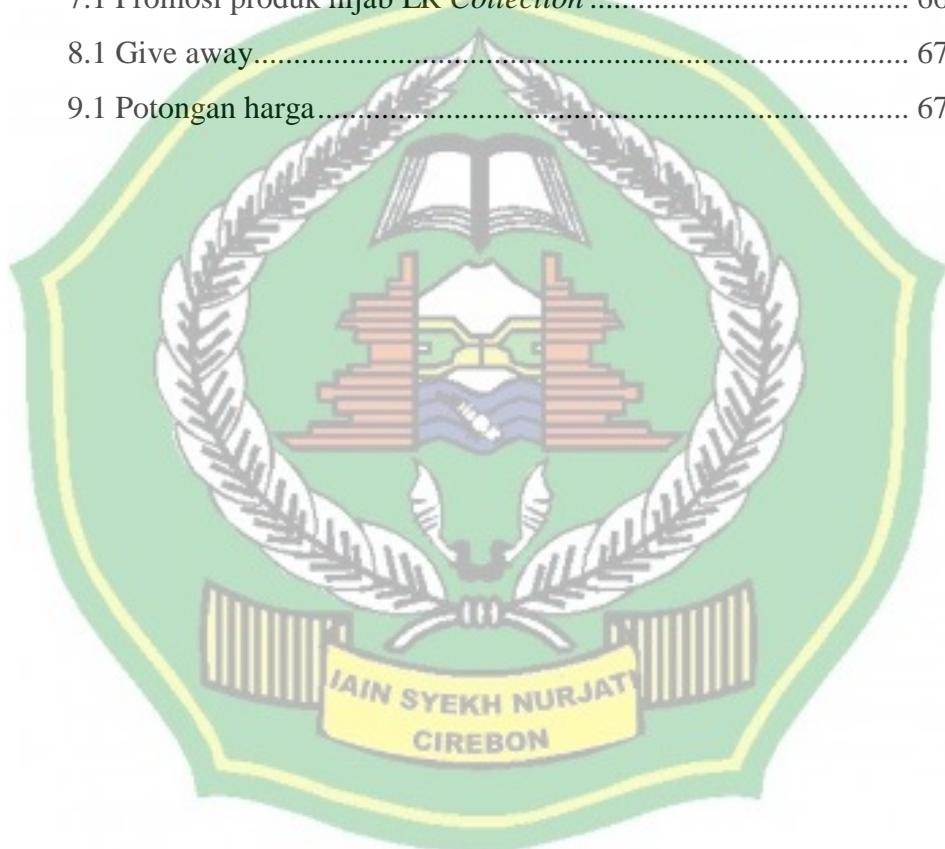
DAFTAR TABEL

1.1 Harga produk hijab LR <i>Collection</i>	65
2.1 Grafik Penjualan produk hijab LR <i>Collection</i>	70
2.2 Data Penjualan produk hijab LR <i>Collection</i>	70
3.1 Grafik Omset hijab LR <i>Collection</i>	71
3.2 Data Omset hijab LR <i>Collection</i>	71
4.1 Karyawan hijab LR <i>Collection</i>	71



DAFTAR GAMBAR

1.1 Skema kerangka pemikiran	14
1.2 Model analisis interaktif.....	18
2.1 Skema pemasaran.....	56
3.1 Strategi pemasaran	59
4.1 Bauran pemasaran	63
5.1 Produk hijab LR <i>Collection</i>	64
6.1 Akun facebook hijab LR <i>Collection</i>	65
7.1 Promosi produk hijab LR <i>Collection</i>	66
8.1 Give away.....	67
9.1 Potongan harga.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman wawancara hijab LR <i>Collection</i>	81
Lampiran 2 Hasil wawancara narasumber	84
Lampiran 3 Dokumentasi wawancara hijab LR <i>Collection</i>	87
Lampiran 4 SK Bimbingan Skripsi	92
Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian.....	93



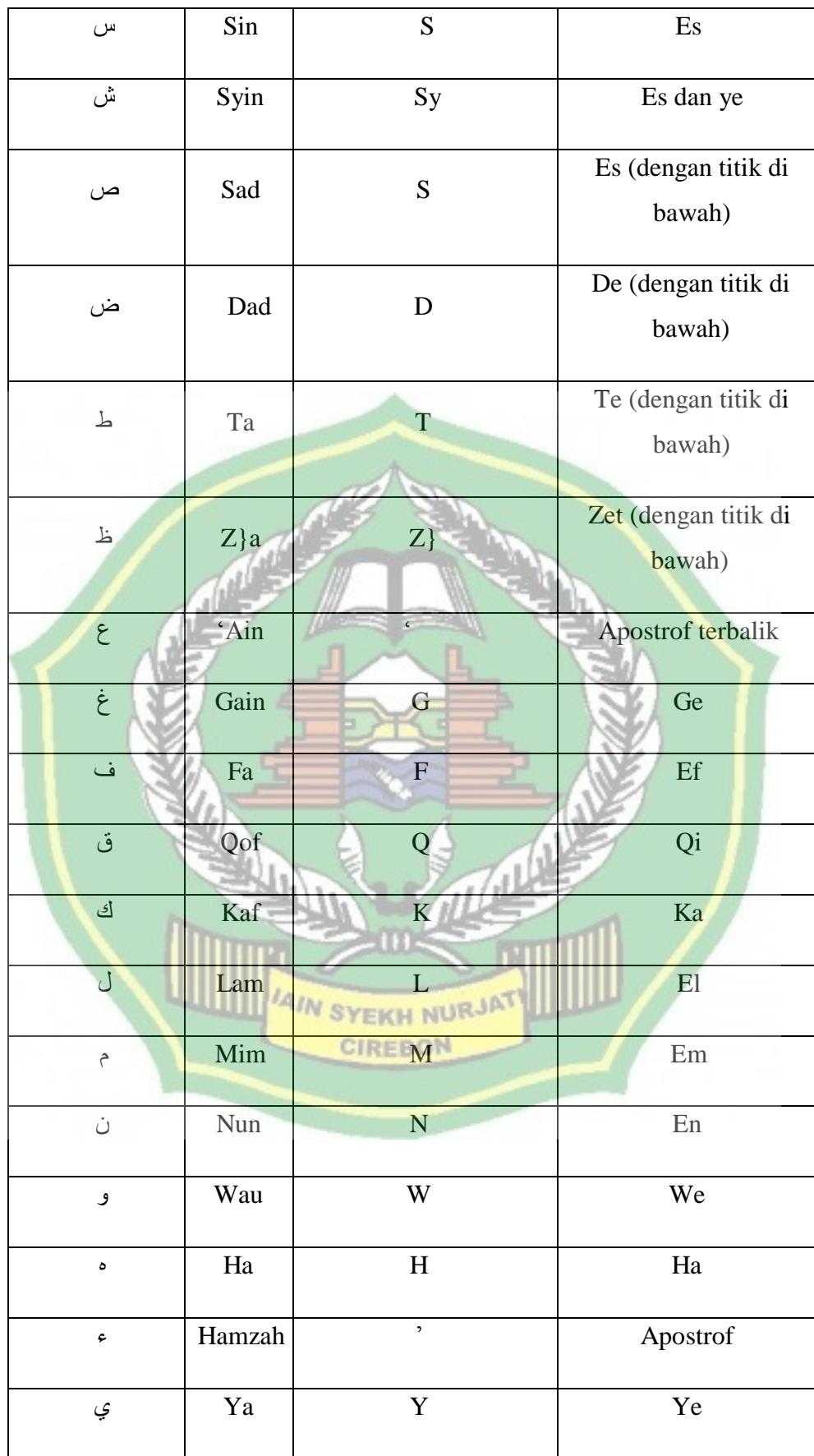
PEDOMAN LITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S a	S	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
ز	Z al	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ڙ	Zai	Z	Zet



س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	Z}	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
'	<i>Fathah</i>	A	A
'	<i>Kasrah</i>	I	I
'	<i>Dammah</i>	U	U

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ء / ا	<i>fath}ah</i> dan <i>alif</i> atau ya	a	a dan garis di atas
ء	<i>kasrah</i> dan ya	i	i dan garis di atas
ء ' ...	<i>d}ammah</i> dan <i>wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتْ : mata

رَمَى : rama

قِيلَ : qila

4. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh: *Fi Zilal al-Qura'an*, *Al-sunnah qabl al-tadwin*.

5. *Lafz al-jalalah* (الله)

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh: دِيْنُ اللَّهِ : *dinullah*, بِاللَّهِ : *billahi*. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf (t). Contoh: هُمْ فِي رُحْمَةِ اللَّهِ : *hum firah matillah*.

6. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka

huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

