

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia semakin melaju pesat, hal tersebut membuat pelaku bisnis baru banyak bermunculan dan persaingan bisnis pun akan semakin kuat, sehingga membuat pelaku bisnis berusaha untuk mempertahankan bisnisnya ditengah-tengah persaingan karena pada dasarnya setiap perusahaan selalu berlomba-lomba menghadirkan produk yang beraneka ragam agar diminati oleh pelanggan. Dengan kondisi tersebut, maka perlunya perusahaan dan para pebisnis menerapkan strategi pemasaran (Alma dan Priansa, 2014:340).

Dalam melakukan aktivitas pemasaran, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan fokus utama bagi seorang pebisnis atau suatu perusahaan. Maka pada tahap tersebut, penerapan strategi pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan semakin banyak kompetitor yang ada dimasing perusahaan. Jadi pemasaran bisa meraih hati pembeli agar tugasnya sebagai penghubung bisa dilaksanakan dengan baik (Ahmad Miftah, 2015:16).

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2006:6) Pemasaran merupakan suatu kegiatan secara menyeluruh yang berhubungan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan barang atau jasa yang mempunyai nilai dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan maka para pelaku bisnis membutuhkan strategi tersusun untuk dapat menciptakan nilai bagi pelanggan sekaligus membangun loyalitas pelanggan (Alma dan Priansa, 2014:340).

Maka dalam kegiatan pemasaran diperlukan suatu konsep pemasaran Islam yang sesuai berdasarkan keperluan dan kebutuhannya untuk memenuhi konsumen. Hal ini membuat *marketing syariah* memegang kedudukan yang besar, karena konsep dari *marketing syariah* tersebut berlandaskan dari Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Maka *marketing syariah* ialah pemasaran yang dalam kegiatannya dilandasi semata-mata mendapatkan ridho Allah SWT, dengan

memaksimalkan usaha untuk kemaslahatan bersama bukan hanya mementingkan diri sendiri maupun suatu kelompok (Ikhsan Bayanuloh, 2013:3). Maka dalam hal ini pemasaran Islam memiliki posisi yang strategis. Seperti yang sudah diketahui keadaan lingkungan bisnis bersifat dinamis, yang dimana lingkungan bisnis selalu berubah-ubah sesuai zaman dan menuntut para pebisnis untuk melakukan inovasi terhadap produknya (Assauri, 2013).

Salah satu toko yang berusaha menerapkan strategi marketing syariah atau spiritual marketing ialah nibras house. Nibras house ini merupakan salah satu brand muslim Indonesia yang mampu bertumbuh dan berkembang dengan pesat. Nibras house dibawah naungan nibras corp yang berdiri sejak tahun 2011, nibras house telah memiliki lebih dari 524 outlet resmi nibras house yang tersebar luas di seluruh Indonesia (Nbrscorp.co.id, 2021). Setiap tahunnya nibras house terus menerus melakukan inovasi produknya dengan menciptakan desain baru yang menjadi trend fashion muslim yang sedang berkembang saat ini.

5	NHs Mini Kanigoro Kab Blitar	Mini	5	NHs Mini Tempel Lumajang	Mini
5	NHs Mini Kalitidu Bojonegoro	Mini	5	NHs Mini Soetta Trenggalek	Mini
5	NHs Mini Wringinanom Gresik	Mini	5	NHs Mini Denayar Jombang	Mini
5	NHs Mini Benjeng Gresik	Mini	5	NHs Mini Mantup Lamongan	Mini
5	NHs Mini Warujayug Nganjuk	Mini	5	NHs Mini Kemiagi Mojokerto	Mini
5	NHs Mini Munjungan Trenggalek	Mini	5	NHs Mini Mojosari Mojokerto	Mini
5	NHs Mini Plemahan Kab Kediri	Mini	5	NHs Mini Trawas Mojokerto	Mini
5	NHs Mini Jogeroto Jombang	Mini	5	NHs Mini Prambon Nganjuk	Mini
5	NHs Mini Katab Lumajang	Mini	5	NHs Mini Banyuwangi Sampang	Mini
5	NHs Mini Pucangsewu Pacitan	Mini	5	NHs Mini Keniten Ponorogo	Mini
5	NHs Mini Wungu Madiun	Mini	5	NHs Mini Baureno Bojonegoro	Mini
5	NHs Mini Pragaan Sumenep	Mini	5	NHs Mini Tongas Probolinggo	Mini
5	NHs Mini Dryorejo Kab Gresik	Mini	5	NHs Mini Royal Plaza Surabaya	Mini
5	NHs Mini Srengat Kab Blitar	Mini	5	NHs Mini Candirejo Magetan	Mini
5	NHs Mini Dolopo Madiun	Mini	5	NHs Mini Kesamben Blitar	Mini
5	NHs Mini Kertosono Nganjuk	Mini	5	NHs Mini Sumobito Jombang	Mini
5	NHs Mini Sooko Mojokerto	Mini	5	NHs Mini Perak Jombang	Mini
5	NHs Mini Bungah Kab Gresik	Mini	5	NHs Mini Pace Nganjuk	Mini
5	NHs Mini Wonorejo Pasuruan	Mini	5	NHs Mini Paciran Lamongan	Mini
5	NHs Mini Takeran Magetan	Mini	5	NHs Mini Gringging Kediri	Mini
5	NHs Mini Wulahan Jember	Mini	5	NHs Mini Bandung Tulungagung	Mini
5	NHs Mini Kartoharjo Magetan	Mini	5	NHs Mini Ngumut Tulungagung	Mini
5	NHs Mini Bangli Pasuruan	Mini	5	NHs Mini Jatirejo Kab Mojokerto	Mini
5	NHs Mini Caruban Madiun	Mini	5	NHs Mini Menganti Gresik	Mini
5	NHs Mini Sutojayan Blitar	Mini	5	NHs Mini Gurah Kab Kediri	Mini
5	NHs Mini Ngoro Jombang	Mini	5	NHs Mini Pare Kab Kediri	Mini
5	NHs Mini Rejotangan Tulungagung	Mini	5	NHs Mini Gedeg Kab Mojokerto	Mini
5	NHs Mini Benuk Probolinggo	Mini	5	NHs Mini Pajajaran Kab Probolinggo	Mini
5	NHs Mini Wates Kab Kediri	Mini	5	NHs Mini Talun Kab Blitar	Mini
5	NHs Mini Tarik Sidoarjo	Mini	5	NHs Mini Jetis Ponorogo	Mini
5	NHs Mini Ploso Jombang	Mini	5	NHs Mini Mojoagung Jombang	Mini
5	NHs Mini Kademangan Blitar	Mini	5	NHs Mini Gedangmas Lumajang	Mini
5	NHs Mini Selorejo Kab Blitar	Mini	5	NHs Mini Gedangan Sidoarjo	Mini
5	NHs Mini Peterongan Jombang	Mini	5	NHs Mini Refoso Nganjuk	Mini
5	NHs Maxi Situbondo	Mini			
5	NHs Mini Gumang Anyar Surabaya	Mini			
5	NHs Mini Manguharjo Madiun	Mini			
5	NHs Mini Tikung Lamongan	Mini			
5	NHs Mini Mlandingan Situbondo	Mini			
5	NHs Mini Kepanjlin Sumenep	Mini			

Gambar 1.1 Outlet Nibras House di Seluruh Indonesia

Sumber Nibras House Menganti Gresik

Alasan peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji dengan judul penelitian “Implementasi Strategi Marketing Syariah Pada Toko Nibras House Menganti Gresik”, karena berawal dari nibras house yang didirikan oleh ibu Temmy Wahyuni dan suaminya Jalal Abdul Nasir pada tahun 2011, yang dimana nibras house ini memiliki misi yakni menanamkan nilai spiritual dalam pengelolaan bisnisnya, yang berarti bahwa dari misi tersebut nibras house ini melakukan kegiatan bisnisnya dengan cara menanamkan nilai-nilai spiritual (Nbrscorp.co.id,2021). Nilai-nilai spiritual ini menjadi tingkat tertinggi dalam pemasaran, karena spiritual marketing ini merupakan pemasaran jalur langit, yang dimana dalam pemasaran ini segala proses bisnisnya tidak bertentangan dengan hukum Islam dan selalu yakin bahwa Allah SWT selalu mengawasi gerak-gerik manusia. Spiritual marketing ini menjadi misi nibras house dalam kegiatan bisnisnya, nibras house sudah tidak lagi peduli mengenai untung dan rugi, juga tidak terpengaruh dengan hal-hal yang bersifat duniawi, melainkan segala bentuk pemasarannya semata-mata hanya untuk mencari keridhoan Allah SWT. Dari nilai-nilai spiritual yang diterapkan nibras house ini menghantarkan nibras house kedalam kesuksesan, yang dimana nibras house ini mendapat rekor dunia Indonesia dengan penghargaan sebagai perusahaan busana muslim dengan pertumbuhan tercepat dalam 2 tahun setelah mendirikan (Nbrscorp.co.id,2021).

Dengan demikian, dari pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, mengingat pentingnya kegiatan pemasaran serta keingintahuan strategi *marketing syariah* yang diimplementasikan oleh Toko Nibras House Menganti Gresik yang membawa nibras house kepada kesuksesan dan pertumbuhan serta perkembangan yang pesat, penyusun akan membuat suatu penelitian yang bertema “**Implementasi Strategi Marketing Syariah Pada Toko Nibras House Menganti Gresik.**”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Implementasi Strategi Marketing Syariah Pada Toko Nibras House Menganti Gresik.

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut pemaparan diatas dan rancangan masalah yang telah dijelaskan riset ini bermaksud untuk mengetahui Implementasi Strategi Markteing Syariah Pada Toko Nibras House Menganti Gresik?

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini akan didapatkan peningkatan yang hendak memberikan kegunaan :

1. Akademik

Diharapkan untuk dijadikan acuan bagi civitas akademik mengenai kajian dalam bidang marketing syariah.

2. Toko Nibras house

Diharapkan penelitian untuk digunakan masukan, dasar dan sumber pemikiran Toko Nibras House Menganti Gresik dalam menentukan strategi marketing syariah yang tepat.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan berguna untuk para penyusun yang akan melaksanakan studi kasus dengan persoalan yang selaras, diinginkan bisa digunakan sebagai sumber keterangan dan referensi penelitian tema yang berhubungan dengan marketing syariah, marketing mix dan strategi pemasaran.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini yakni ada pada proses strategi marketing yang dilaksanakan Toko Nibras House Menganti Gresik dengan memakai pencapaian bauran pemasaran 4P(*product, price, place dan promotion*) serta 4 ciri marketing syariah (*Rabbaniyyah, akhlaqiyyah, al-waqi'iyah dan al-insaniyyah*).