

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar)” yang ditulis oleh Anis Fitri Dzakiyah, NIM. 17101153008, pembimbing Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya masalah bahwa kondisi hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh CV Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar mengalami ketidakstabilan karena banyak sekali pesaing-pesaing dari perusahaan roti lain dan persaingan harga juga semakin ketat. Salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan hasil penjualan adalah dengan menggunakan strategi pemasaran, dengan diterapkannya strategi pemasaran pada suatu perusahaan maka usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan efektif. Strategi pemasaran yang diterapkan dengan cara melakukan pembuatan produk, melakukan promosi yang bisa membujuk dan memberikan kepuasan pada konsumen, melakukan penetapan harga yang wajar, dan mendistribusikan barang di berbagai wilayah yang luas. Hal ini peneliti menghubungkan masalah strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kabupaten Blitar yang sesuai dengan Etika Bisnis Islam.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar ? (2) Bagaimana strategi pemasaran pada CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam ?

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Proses pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis sebelum di lapangan dan analisis data selama di lapangan meliputi: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran dalam meningkatkan hasil penjualan roti pada CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo dilakukan dengan cara menerapkan strategi produk dengan cara menjaga kualitas produk dengan bahan-bahan baku yang berkualitas baik dan tidak mengandung bahaya serta mengunggulkan produk dari segi rasa. Strategi promosi yang diterapkan dengan cara memberikan sampel produk kepada calon konsumen dari rumah ke rumah maupun langsung terjun ke pasar-pasar tradisional, kemudian diteruskan dari mulut ke mulut. Strategi distribusi yang diterapkan dengan cara mendistribusikan produk yang dihasilkan di berbagai pasar-pasar tradisional maupun toko-toko pelanggan diberbagai daerah yang ada di Jawa Timur dan Jawa Tengah dengan menggunakan kendaraan motoris dan mobil box. Strategi penetapan harga yang diterapkan adalah dengan cara menetapkan harga produk yang sesuai dengan produk yang dihasilkan baik dari kualitasnya maupun volumenya yang sesuai dengan harga roti pada umumnya yang ada di pasaran. (2) strategi pemasaran pada CV. Surya Food Indonesia Lingkungan Purworejo Kelurahan Sutojayan Kabupaten Blitar ditinjau dari etika bisnis Islam, sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, yang mana produk yang dihasilkan terjamin kehalalannya, tidak menutupi produk yang cacat, selalu bertanggungjawab untuk mengganti produk yang sudah rusak, berperilaku jujur dan apa adanya ketika mengenalkan produk kepada calon konsumen, berusaha memberi kepuasan dengan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, serta menerapkan keadilan terhadap konsumen.

ABSTRACT

A thesis entitled “Marketing Strategy to Improve the Profit of Bread Sales According to Islamic Business Ethic (A Case Study on CV. Surya Food Indonesia, Purworejo, Sutojayan District, Blitar Town)” was written by Anis Fitri Dzakiyah, Registered Number. 17101153008, Advisor: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I.

Key Words: Marketing Strategy, Islamic Business Ethic

This Study begun by the arose of problem when the outcome of encashing the product of CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar Town got unstable inferred caused by the presence of others competitors which develop the bread company. Besides, the rivalry of the cost was also another influenced factor. One of the way to increase the product sale was using marketing strategy. By implementing an appropriate marketing strategy, it was expected to repair the errors and also make it better and more effective. A marketing strategy was adjusted according to producing the product, promoting and persuading the customers, satisfying the customers, labeling the standard cost, and distributing the goods onto wider range. Through this case, the researcher connected the marketing strategy issue within how to improve the selling products of bread for CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar which is matched to Islamic Business Ethic.

The statements of research problems were 1) How does marketing strategy work in improving the outcome of selling product in CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar? 2) How is the marketing strategy of CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar?

The design of the research implemented case study within qualitative approach and automatically, the data included to descriptive data. The methods to collect the data were interview, observation and documentation. The techniques to analyze the data were data reduction, data display and conclusion.

The finding showed that 1) The role of marketing strategy to improve the outcome of selling product in CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar was administered by applying the product strategy maintaining the product quality by selecting the best ingredients and secured to jump up the taste. The promoting strategy implemented door to door sample giving. Besides, it also promotes the product into the conventional market, and continues to promote by the people’s beliefs. The other strategy was distributing the product through small store spread out among society within the range of East Java and Centered Java shipped by motorbikes or box trucks. The strategy to assign the cost is by considering the materials and the quality of the products, within examining the market’s price. 2) The marketing strategy of CV Surya Food Indonesia Purworejo, Sutojayan District, Blitar, reviewed by Islamic Business Ethic, has finalized within the Islamic Business Ethic principles. Whereas, the products is guaranteed the *halal* label; it uncovers the invalid products; raising the huge responsibility to

replace broken product with a fresh one; be honest and open minded when promoting the products; trying to satisfy the customers by treating the best service through the customers; and be fair for all of the customers.

الملخص

البحث العلمي بعنوان "استراتيجية التسويق في زيادة نتائج مبيعات الخبز من الأخلاقيات التجارية الإسلامية (دراسة حالة عن Surya Food إندونيسيا بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار)" كتبه أنيس فطري ذكية، رقم القيد ١٧١٠١١٥٣٠٠٨، المشرف د. قطب الدين أبيك، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق ، أخلاقيات التجارية الإسلامية

هذا البحث مدفوع بالمشكلة أن حالة بيع المنتجات التي تنتجها Surya Food إندونيسيا بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار تعاني من عدم الاستقرار بسبب كثرة المنافسين من شركات المخازن الأخرى والمنافسة السعرية في الثمن تصبح أكثر إحصاءً أيضًا. إحدى الطرق التي يتم اتخاذها لزيادة نتائج المبيعات هي باستخدام استراتيجية التسويق، مع تنفيذ استراتيجية التسويق في الشركة، يمكن أن تعمل الشركة بشكل جيد وفعال.

استراتيجية التسويق التي يتم تطبيقها عن طريق صنع المنتجات، والقيام بالترقيات التي يمكن أن تمنح وتعطي الارتياح للمستهلكين، وتسعير معقول، وتوزيع السلع في مختلف المجالات الواسعة. تربط الباحثة مشكلة استراتيجية التسويق في ترقية نتائج مبيعات الخبز على Surya Food إندونيسيا بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار وفقا بأخلاقيات التجارية الإسلامية.

مسائل هذا البحث هي: (1) كيف استراتيجية التسويق في زيادة نتائج مبيعات الخبز على Surya Food إندونيسيا بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار؟ (2) كيف استراتيجية التسويق على Surya Food إندونيسيا في بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار من حيث أخلاقيات التجارية الإسلامية؟

نوع هذا البحث هو البحث دراسة حالة باستخدام المدخل الكيفي الذي ينتج البيانات الوصفية. تستخدم عملية جمع البيانات المقابلة والملاحظة والتوثيق. إن تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تحليل مسبق في المجال وتحليل البيانات خلال هذا المجال الذي يشمل: تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج.

تدل نتائج البحث على ما يلي: (1) استراتيجيات التسويق لزيادة إنتاج مبيعات الخبز على Surya Food إندونيسيا في فوروارجا من خلال تنفيذ استراتيجيات المنتج من خلال الحفاظ على جودة المنتجات ذات المواد الخام ذات الجودة الجيدة وعدم احتوائها على الأخطار وكذلك تفضيل المنتجات من حيث الطعم. الاستراتيجيات الترويجية التي يتم تنفيذها عن طريق تقديم عينات من المنتجات إلى المستهلكين من منزل إلى منزل أو الانغماس مباشرة في الأسواق التقليدية، ثم تمريرها عن طريق اللسان. يتم تنفيذ استراتيجيات التوزيع من خلال توزيع المنتجات في الأسواق التقليدية ومتاجر العملاء المختلفة في مناطق مختلفة في جاوى الشرقية والوسطى باستخدام السيارات الآلية

والسيارات الصندوقية. استراتيجية التسعير التي يتم تطبيقها في تحديد سعر المنتج وفقاً للمنتج الذي يتم إنتاجه من حيث الجودة والحجم وفقاً لسعر الخبز بشكل عام في السوق. (2) استراتيجية التسويق على Surya Food إندونيسيا في بيئة فوروارجا سوتاجايان بليتار من حيث أخلاقيات التجارة الإسلامية، وافقت بالمبادئ في أخلاقيات التجارة الإسلامية، حيث يكون المنتج مضموناً حلالاً، ولا تغطي المنتجات المعيبة، و دائماً مسؤول عن استبدال المنتجات التالفة، تتصرف بصدق عند تقديم المنتجات للمستهلكين، والمحاولة لإرضاء أفضل الخدمات للمستهلكين، وتطبيق العدالة للمستهلكين.