

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Operasional dan Pemasaran NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung (Ditinjau dari Ekonomi Islam)” ini ditulis oleh Efa Misbakhur Nur Rosidah, NIM. 17402153021, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bagaimana strategi operasional dan pemasaran ditinjau dari ekonomi Islam, sudahkan NUsantara Mart menerapkan strategi operasional dan pemasaran yang didasarkan pada ekonomi Islam mengingat NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung adalah swalayan Islam yang didirikan karena kehendak dari jama’ah dan jami’iyah.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu: 1) bagaimana implementasi strategi operasional NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung ditinjau dari ekonomi Islam. 2) bagaimana implementasi strategi pemasaran NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung ditinjau dari ekonomi Islam. 3) bagaimana kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan swalayan lainnya. 4) apa saja kendala dalam implementasi strategi operasional dan pemasaran ditinjau dari ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, peneliti akan menganalisa manajemen operasional dan pemasaran pada NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung ditinjau dari ekonomi Islam. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung dari informan. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan model analisis studi kasus, dimana peneliti akan melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu orang atau lebih.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) implementasi strategi operasional pada NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung berdasarkan Ekonomi Islam sudah menerapkan 50% strategi operasional dengan menggunakan iman dan taqwa serta 50% manajemen umum dalam kegiatan operasionalnya sudah menerapkan adanya infaq bagi setiap karyawannya. 2) strategi pemasaran NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung ditinjau dari Ekonomi adalah dengan menerapkan kehalalan produk 3) kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan swalayan lainnya konsumen memiliki kepuasan terhadap semua produk dan pelayanan yang telah disediakan. 4) kendala dan strategi dalam implementasi strategi operasional dan pemasaran ditinjau dari ekonomi Islam adalah sulitnya membina *mindset* masyarakat agar membeli dan menjual untuk NUsantara Mart guna kepentingan dari organisasinya. Strategi yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart kepuasan konsumen NUsantara Mart Rejotangan kabupaten Tulungagung jika dibandingkan dengan swalayan lainnya dengan selalu melakukan sosialisasi kepada masyarakat khususnya anggota Nahdlatul Ulama.

**Kata kunci:** Strategi, Operasional, Pemasaran dan Ekonomi Islam

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled “The implementation of Operational Management Implementation and Marketing strategy on Nusantara Mart at Rejotangan, Tulungagung Regency (Based on Islamic Economy)”, this thesis is written by Efa Misbakhur Nur Rosidah by registered students number 17402153021 and guided by Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.*

*The background of this study is how the strategy of operational management and marketing based on Islamic economy point of view on NUsantara Mart has already implemented operational and marketing strategy based on Islamic economic as known as Nusantara Mart has considered as Islamic Mart which has been built due to the command from Jama'ah and Jami'iyah.*

*The focuses of this study are: 1) how is the implementation of operational management strategy on NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung Regency based on Islamic economy point of view. 2) How is the implementation of marketing strategy management on NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung Regency based on Islamic economy point of view. 3) How is the customer satisfaction of NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung Regency if being compared with other marts. 4) What are the obstacles while implementing operational and marketing strategy based on Islamic economy.*

*The design of this study uses qualitative design focusing on field research, the researcher will analyze operational management and marketing toward NUsantara Mart based on Islamic economy point of view. The data is obtained through the result of observation, documentation, and direct interview from interviewee. The collected data will analyze by case study model, where researcher will do some exploration deeply toward the program.*

*The finding of this study showed that: 1) The implementation of operational strategy on NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung regency based on Islamic Economic had been already applying about 50% by including faith and god-fearing also there were about 50% public management within its operational activity had already applied the program of infaq (charity) for each employee. 2) The strategy of marketing on NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung regency based on Islamic Economic had proved in form of the application of allowed product, implementing the standard of service agreed with Islam law such as covering aurat.3) The customer satisfaction of NUsantara Mart at Rejotangan, Tulungagung Regency if being compared with other marts, they more have satisfaction rather than whole product and services provided. 4) The obstacle and strategy in implementation of operational and marketing strategy based on Islamic Economy is that the difficulty to train community mindset to sell and purchase at NUsantara Mart. While the strategy is done by NUsantara Mart parties at Rejotangan, Tulungagung Regency if being compared with other marts by doing socialization toward community especially the members of Nadlatul Ulama.*

**Keywords:** *Islamic economy, Marketing, Operational, Strategy*