

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Produk Kerajinan Tempurung Kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar (Menurut Perspektif Ekonomi Islam).” ini ditulis oleh Ngindana Maidatus Solikah, NIM. 17402153036, dengan dosen pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya sebuah strategi dalam pengembangan pemasaran produk. Strategi yang dilakukan dalam pengembangan ini meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Dalam empat hal ini yang paling menarik terletak pada produknya, dengan alasan produknya sangat unik, antik sehingga dapat mempengaruhi terhadap pemasaran. Strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produknya harus sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu jujur dan adil.

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produk kerajinan tempurung kelapa menurut perspektif ekonomi Islam? 2) Apa saja faktor pendukung dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk kerajinan tempurung kelapa? 3) Apa saja faktor penghambat dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk kerajinan tempurung kelapa?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produk yang digunakan oleh kerajinan tempurung kelapa yaitu produk yang dijual dikerajinan tempurung kelapa ada macam-macam seperti kalung, gelang, gantungan kunci, bross, cangkir, tas berbagai ukuran, dompet dan tempat lampu. Dengan adanya varian produk kerajinan tempurung kelapa ini bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar. Produk yang ditawarkan oleh kerajinan tempurung kelapa merupakan produk yang bermutu dan baik. Dalam menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Lokasi toko kerajinan tempurung kelapa berada di kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. Promosi yang dilakukan kerajinan tempurung kelapa adalah dengan menggunakan media sosial dan mengikuti bazar-bazar yang ada serta dari mulut kemulut. Segala strategi yang dilakukan oleh kerajinan tempurung kelapa ini bertujuan untuk mengembangkan produk kerajinan tempurung kelapa.

Kata Kunci: *Strategi Bauran Pemasaran, Pengembangan Produk, Perspektif Ekonomi Islam.*

ABSTRACT

Thesis entitled “Analysis Of Marketing Mix Strategy In The Development Of Coconut Shell Craft Products In Tanjungsari Village, Sukorejo District, Blitar City (According To The Islamic Economy Perspective). This was written by Ngindana Maidatus Solikah, NIM. 17402153036, with supervisor: Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the importance of a strategy in developing product marketing. The strategies carried out in this development include product, price, place and promotion. In these four thing the most interesting thing lies in the product, arguing that the product is very unique, antique so the it can affect marketing. The marketing mix strategy in developing its products must be in accordance with Islamic values which are honest, and fair

The focus of this research is, 1) What is the marketing mix strategy in developing coconut shell handcraft products form an Islamic economic perspective? 2) What are the supporting mix of coconut shell handicraft produc marketing mix? 3) What are the inhibiting mix of coconut shell handicraft produc marketing mix?

The type of research is a qualitative study using a descriptive approach. Sources of data obtained are primary and the secondary data. Data analysis techniques using data reduction, data exposure, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: the marketing mix strategy in product development used by the craft of coconut shells is that the products sold in coconut shell crafts are of various kinds such as nicklaces, bracelets, key chains, bross, cups, bags of various sizes, wallets and lamp holders. With this coconut shell handcraft products variant aims to meet marked demand. The products offered by coconut shell handcraft are good quality. In setting prices according to products quality. The lacion of the coconut shell handcraft shop is lacion in Tanjungsari village, Sukorejo district, Blitar city. The promotion strategy carried out by the coconut shell handcraft is to use sosial media and follow the mouth of the mouth. All strategies carried out by coconut shell handcraft aim to develop coconut shell handcraft products.

Keywords: Marketing Mix Strategy, Product Development, Islamic Economic Perspective.