

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis Ditinjau Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” ini ditulis oleh Lisa Octavia Sari, NIM. 17402163618, dengan dosen pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tingkat persaingan yang ketat di dalam dunia usaha. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus memiliki suatu strategi pemasaran agar bisnis yang dijalankannya bisa berjalan dengan lancar dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan menggunakan etika bisnis Islam yang baik maka akan membuat sebuah perusahaan tersebut bisa beroperasi secara maksimal berdasarkan ketetapan bisnis secara Islam dan bisa menjaga kepercayaan dari konsumen. Toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis menggunakan marketing melalui TKW dalam penjualan ke Luar Negeri untuk menjawab persaingan dengan toko hijab lain. Sehingga penelitian ini mengambil rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis dalam meningkatkan volume penjualan produk ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam ? (2) Bagaimana kendala dan solusi dalam menerapkan strategi pemasaran oleh toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis dalam meningkatkan volume penjualan produk ? (3) Bagaimana dampak dari penerapan strategi pemasaran oleh toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis dalam meningkatkan volume penjualan produk berdasarkan etika bisnis Islam ?

Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengujian keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko Endah Grosir Jilbab dan Gamis telah menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk dengan melakukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* serta bauran pemasaran berupa 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*). Kendala yang dihadapi yaitu terdapat dari segi produk, harga, dan distribusi. Toko tersebut selain menerapkan strategi pemasaran secara konvensional juga menerapkan strategi pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam yang diterapkan yaitu berupa keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebijakan. Selain itu juga menerapkan etika bisnis ala Rasulullah yaitu *shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan Produk, Etika Bisnis Islam.

## **ABSTRACT**

Thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Product Sales Volume at the Endah Grosir Jilbab and Gamis Store Reviewed in the Perspective of Islamic Business Ethics" was written by Lisa Octavia Sari, NIM. 17402163618, with supervisor lecturer Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the level of intense competition in the business world. Therefore a company must have a marketing strategy so that the business it runs can run smoothly and be able to compete with other companies. Using good Islamic business ethics will make a company can operate optimally based on Islamic business provisions and can maintain the trust of consumers. Endah Grosir Jilbab and Gamis Store use marketing through TKW for overseas sales to address competition with other hijab stores. So this research takes the formulation of the problem as follows: (1) How is the marketing strategy that has been implemented by Endah Grosir Jilbab and Gamis store in increasing product sales volume reviewed in the perspective of Islamic business ethics? (2) What are the obstacles and solutions in implementing marketing strategies by Endah Grosir Jilbab and Gamis store in increasing product sales volume? (3) What is the impact of the implementation of marketing strategies by Endah Grosir Jilbab and Gamis store in increasing product sales volumes based on Islamic business ethics?

The research method used by using qualitative methods with a descriptive approach. The data collection method of this study uses the method of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques is using data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Testing the validity of the data using triangulation techniques.

The results showed that Endah Grosir Jilbab and Gamis store have implemented marketing strategies in increasing product sales volume by segmenting, targeting, and positioning as well as marketing mix in the form of 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Constraints faced are in terms of product, price, and distribution. Apart from applying conventional marketing strategies, the store also applies marketing strategies based on Islamic business ethics. The applied Islamic business ethics is in the form of oneness, balance, free will, responsibility and virtue. In addition, it also applies business ethics in the style of Rasulullah namely shiddiq, amanah, fathanah, and tabligh.

**Keywords:** Marketing Strategy, Product Sales Volume, Islamic Business Ethics.