

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “Bauran Pemasaran Perspektif Ekonomi Profetik Dalam Meningkatkan Penjualan Online (Studi Pada Toko Herbal Nasa Banyuwangi Dan Toko Herbal MSI Trenggalek)” ini di tulis oleh Mariah Ulfa dengan Promotor Dr. Iffatin Nur, M.Ag dan Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE.MM.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya perkembangan bisnis pada bidang jual beli secara *online* atau *offline*. Hal ini berkembang sangat pesat sehingga setiap usaha akan menggunakan strateginya masing-masing untuk menarik calon pelanggan agar membeli produk yang kita tawarkan sehingga bisa mempertahankan pelanggan agar tetap membeli produknya. Salah satu strategi yang digunakan pada toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek yakni bauran pemasaran 7P hal ini yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan.

Fokus dalam penelitian ini pada bauran pemasaran perspektif ekonomi profetik dalam meningkatkan penjualan online pada toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek adapun pertanyaan peneliti adalah: (1) Bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan oleh toko herbal Nasa Banyuwangi dalam meningkatkan penjualan? (2) Bagaimana bauran pemasaran yang dilakukan oleh toko herbal MSI Trenggalek dalam meningkatkan penjualan? (3) Bagaimana penerapan ekonomi profetik yang dilakukan toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek dalam meningkatkan penjualan? (4) Bagaimana kendala dan solusi dalam bauran pemasaran perspektif ekonomi profetik yang dilakukan toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek dalam meningkatkan penjualan?

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian (*field research*) penelitian lapangan, lokasi penelitian pada toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek, sumber data penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder, dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, analisis data melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa:(1) Bauran pemasaran yang dilakukan oleh toko herbal Nasa Banyuwangi dalam meningkatkan penjualan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, promotion, place, people, prosess, physical evidence*. (2) Bauran pemasaran yang dilakukan oleh toko herbal MSI Trenggalek dalam meningkatkan penjualan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, promotion, place, people, prosess, physical evidence*. (3) Penerapan ekonomi profetik yang dilakukan pada toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek. (4) Dalam menerapkan bauran pemasaran 7P memiliki beberapa kendala yang menghambat peningkatan penjualan seperti *product, price, place, promotion, people*, dan adapun solusi dalam menyikapi kendala yang ada pihak pemilik toko Nasa dan MSI lebih menjaga kepercayaan, bersifat ramah dan sopan dalam melayani pelanggan dengan maksimal, lalu memberi alternatif sehingga memudahkan transaksi pada toko tersebut.

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Ekonomi Profetik, Penjualan *Onlin***

## ***ABSTRACT***

Thesis with the title "Marketing Mix Based on Prophetic Economy in Increasing Online (Sales at Nasa Banyuwangi Herbal Shop and Trenggalek MSI Herbal Shop)" was written by Mariah Ulfa with Promoter Dr. Iffatin Nur, M.Ag and Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE.MM.

This research is motivated by the many developments in the business of buying and selling online or offline. This is growing so rapidly that each business will use their respective strategies to attract potential customers to buy the products we offer so they can keep customers buying their products. One of the strategies used at the Nasa Banyuwangi herbal shop and MSI Trenggalek herbal store is the 7P Marketing Mix which is carried out in increasing sales.

The focus of this research is on a prophetic economy-based Marketing Mix in increasing online sales at Banyuwangi Nasa herbal shop and MSI Trenggalek herbal shop. As for the researcher's questions, are: (1) How is the Marketing Mix carried out by Nasa Banyuwangi herbal shop in increasing sales? (2) What is the Marketing Mix carried out by MSI Trenggalek herbal shops in increasing sales? (3) How is the application of the prophetic economy carried out by Nasa Banyuwangi herbal shop and MSI Trenggalek herbal shop in increasing sales? (4) What are the obstacles and solutions in the prophetic economy-based Marketing Mix carried out by Nasa Banyuwangi herbal shop and MSI Trenggalek herbal shop in increasing sales?

This research method uses a qualitative approach using field research, research locations at the Nasa Banyuwangi herbal shop and MSI Trenggalek herbal shop, the source of this research data consists of primary and secondary data, using interviews, observation, and documentation, data analysis through the stages of data reduction, data presentation and conclusion drawing.

From the results of the study, the authors conclude that: (1) The Marketing Mix carried out by Nasa Banyuwangi herbal shop in increasing sales using the 7P Marketing Mix, namely product, price, promotion, place, people, process, physical evidence. (2) The Marketing Mix conducted by MSI Trenggalek herbal shop in increasing sales using the 7P Marketing Mix, namely product, price, promotion, place, people, process, physical evidence. (3) Application of prophetic economics carried out at Nasa Banyuwangi herbal shop and MSI Trenggalek herbal shop together apply the characteristics of the Prophet Muhammad in running his business, in increasing sales such as the nature of Siddiq, Amanah, Tablligh and Fatanah (4) In applying the mix 7P marketing has several obstacles that hinder the increase in sales such as product, price, place, promotion, people, and as for the solutions to address the existing obstacles Nasa and MSI shop owners more maintain trust, are friendly and polite in serving customers to the maximum, then give alternative so as to facilitate transactions at the store.

***Keywords: Marketing Mix, Prophetic Economy, Online Sales***