

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Nibra’s Dalam Meningkatkan Penjualan di Nibra’s House Nganjuk Perspektif Ekonomi Syariah” ini ditulis oleh Fauziyah Imamatul Afifah, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 17402163196, Pembimbing Nur Aziz Muslim, M. H. I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelaku bisnis yang kurang memahami perencanaan strategi pemasaran yang baik. Dan kebanyakan dari pelaku bisnis tersebut banyak yang tidak bertanggung jawab atas barang yang telah diproduksi. Sehingga, tidak sedikit orang yang merasa dirugikan oleh bisnis yang tidak bertanggung jawab tersebut. Karena, mereka hanya berorientasi pada keuntungan tanpa memikirkan dampak yang telah diberikan oleh orang tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian adalah: (1). Bagaimana penerapan strategi pemasaran produk Nibra’s House Nganjuk dalam meningkatkan penjualan konsumen? (2). Apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nibra’s House Nganjuk sudah sesuai dengan syariah? (3). Bagaimana kendala dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Nibra’s House Nganjuk?

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan cara mewawancarai informan di Nibra’s House Nganjuk. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa data-data secara lisan maupun tertulis dari orang atau perilaku yang telah diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala dan kendala yang terkait dengan strategi pemasaran di Nibra’s House Nganjuk akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberi makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nibra’s House Nganjuk dalam menerapkan strategi pemasarannya menggunakan Bauran Pemasaran yaitu strategi produk, promosi, lokasi, dan harga (4P). Nibra’s House Nganjuk juga menerapkan strategi pemasaran syariah yaitu dengan mengedepankan perilaku-perilaku islam dan berprinsip sesuai dengan syariah yaitu sifat jujur, profesionalisme, silaturahmi, ikhlas, dan murah hati dalam melakukan kegiatan perdagangan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Nibra’s, Meningkatkan Penjualan, Perspektif Ekonomi Syariah.

ABSTRACT

This thesis with the title “Analysis of Nibra’s Product Marketing Strategy at Nibra’s House Nganjuk in Increasing Consumer Sales According to the Islamic Economic Perspective” was written by Fauziyah Imamatul Afifah, Sharia Economic Departement, NIM. 17402163196, Advisor Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by many business people who do not understand good marketing startegic planning. And most of these business people are not responsible for the goods that have been produced. So, not a few people feel aggrieved by this irresponsible business. Because, they are only profit-oriented without thinking about the impact that person has given.

The formulation of the problems in the research are: (1). How is the application of Nibra’s House Nganjuk product marketing strategy in increasing consumer sales? (2). Is the marketing strategy implemented by Nibra’s House Nganjuk in accordance with sharia? (3). What are the constraints of the marketing strategy applied by Nibra’s House Nganjuk?.

The research method used in this research is qualitative, by interviewing informants at Nibra's House Nganjuk. Field research procedures that produce descriptive data, namely in the form of oral and written data from people or observed behaviors. Therefore, in this study every symptom and obstacle related to the marketing strategy at Nibra's House Nganjuk will be studied thoroughly and deeply and attempted to provide a deep meaning about the phenomena found.

The result showed that Nibra’a House Nganjuk in implementing its marketing strategy used a marketing mix, namely product, promotion, location, and price (4P). Strategies Nibra’s House Nganjuk also implement a sharia marketing strategy, namely by promoting islamic behavior and principles in accordance with sharia, namely honesty, professionalism, friendship, sincerity, and generosity in conducting trade activities.

Keyword: Marketing strategy, Nbra’s Product, Increasing Sales, Islamic Economic Perspective.