

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Sandal Ping Tulungagung)” yang ditulis oleh Katon Aprillia, NIM. 12402173584, Dosen Pembimbing Elok Fitriani Rafikasari, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat khususnya yang sedang mengembangkan usaha mengenai strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sehingga memiliki 7 karyawan dan 2 toko cabang. Namun demikian sebagai seorang muslim, etika bisnis Islam sangat dibutuhkan dalam menjalankan berbagai aktivitas usaha agar usaha yang dijalankan tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha di Toko Sandal Ping Tulungagung? (2) Bagaimana strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha di Toko Sandal Ping Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Pengecekan keabsahan penelitian melalui perpanjangan keikutsertaan, triangulasi dan pemeriksaan teman sejawat.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usahanya adalah melalui bauran pemasaran. Produk yang dijual berkualitas dan model terbaru. Harga yang digunakan mengikuti harga pasar dan mengambil keuntungan 10%. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosi melalui papan nama atau banner dan memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Perkembangan usaha Toko Sandal Ping Tulungagung terlihat dari pendapatan rata-rata harian 2.500.000 di toko pusat dan 1.000.000 di setiap toko cabang. Toko ini memiliki 7 karyawan dan 3 toko yang terletak di Desa Ringinpitu, Desa Loderesan dan Desa Mojosari. Strategi pemasaran Toko Sandal Ping Tulungagung dalam mengembangkan usaha sesuai dengan etika bisnis Islam karena produk yang dijual berkualitas, memiliki daya tarik dan menghindari unsur *gharar*. Harga yang digunakan mengikuti harga pasar dan tidak mengambil keuntungan yang berlebihan. Tempatnya memilih lokasi yang strategis. Promosinya jelas dan sesuai dengan produk yang dijual.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Perkembangan Usaha, Etika Bisnis Islam.

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy in Developing Business in terms of Islamic Business Ethics (Case Study of the Tulungagung Ping Sandal Shop)" written by Katon Aprillia, NIM. 12402173584, Supervisor Elok Fitriani Rafikasari, M. Si.

This research is motivated by the existence of increasingly fierce business competition, a proper marketing strategy is needed so that the business being run can continue to grow. This study aims to provide an overview to the community, especially those who are developing a business regarding the marketing strategy of the Tulungagung Ping Sandal Shop in developing a business so that it has 7 employees and 2 branch stores. However, as a Muslim, Islamic business ethics is needed in carrying out various business activities so that the business carried out does not conflict with Islamic teachings.

The formulation of the problems in this research are: (1) What is the marketing strategy in developing a business at the Ping Tulungagung Sandal Shop? (2) How is the marketing strategy in developing a business at the Ping Tulungagung Sandal Shop in terms of Islamic business ethics?

This research uses a qualitative approach and descriptive research type. Data collection was carried out through observation, interviews and documentation. Data analysis was performed by reducing data, presenting data and drawing conclusions. Checking the validity of research through extended participation, triangulation and peer examination.

Based on the results of the research, the marketing strategy of the Tulungagung Ping Sandal Shop in developing the business is through the marketing mix. The products sold are of high quality and the latest models. The price used is to follow the market price and take a 10% profit. Place to choose a strategic location. Promotion through a signboard or banner and provide good service to buyers. The business development of the Ping Tulungagung Sandal Shop can be seen from the daily average income of 2,500,000 at the Central Store and 1,000,000 at each branch store. This shop has 7 employees and 3 shops located in Ringinpitu Village, Loderesan Village and Mojosari Village. The marketing strategy of Ping Tulungagung Sandal Stores in developing a business is in accordance with Islamic business ethics because the products sold are of high quality, have attractiveness and avoid gharar elements. The price used is to follow the market price and not take excessive profits. Place to choose a strategic location. Promotion is clear and in accordance with the product being sold.

Keywords: Marketing Strategy, Business Development, Islamic Business Ethics.