

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Marketing Syariah pada Usaha Konfeksi di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Salsabila, NIM. 12402173262. Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa ada banyak persaingan yang tidak sehat di antara pengusaha konfeksi di Indonesia. Di Indonesia, Budi Harta Winarta dan Alm. Bisri Ilyas terkenal sebagai pelaku bisnis yang sukses dalam menerapkan syariah pada kegiatan pemasarannya. Di Tulungagung, implementasi marketing syariah belum dapat dirasakan sepenuhnya, padahal mayoritas masyarakatnya adalah muslim. Banyak iklan yang tidak sesuai dengan spesifikasi barang, hal ini tentu merupakan pelanggaran syariah Islam. Namun, masih ada pengusaha jujur yang berhasil dengan menerapkan aspek syariah di bisnisnya. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang implementasi syariah yang digunakan oleh pengusaha konfeksi di Tulungagung.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan: (1) implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung, (2) dampak implementasi marketing syariah pada usaha konfeksi di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, hasil penelitian akan berupa deskripsi berdasarkan informasi yang telah diperoleh. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep Miles yaitu reduksi data; penyajian data; verifikasi dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan melakukan perpanjangan pengamatan serta triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) implementasi marketing syariah dilakukan dengan meniatkan usaha sebagai ibadah, berkata jujur, menyampaikan informasi produk sesuai dengan kenyataannya, tidak menghalalkan segala cara, memastikan kehalalan dan kebersihan produk, menjauhi riba, dan pemilihan lokasi usaha yang aman dengan fasilitas yang memadahi khususnya tempat ibadah muslim; (2) dampak penerapan implementasi prinsip syariah dirasakan berupa keyakinan yang mendalam terhadap urgensi penerapan syariah, bertahan dari persaingan usaha, *image* yang baik, serta perasaan terlindungi dan ketenangan selama menjalankan kegiatan bisnis.

**Kata Kunci:** Dampak, Implementasi, Marketing Syariah.

## ABSTRACT

The thesis entitled “Implementation of Sharia Marketing in Confection Business in Tulungagung Regency” written by Salsabila, Register Number 12402173262, Advisor Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the fact that there is a lot of unhealthy competition among confection entrepreneurs in Indonesia. In Indonesia, Budi Harta Winarta and Alm. Bisri Ilyas are well-known as a successful businessman in applying sharia marketing. In Tulungagung, the implementation of sharia marketing can not be felt completely, even though the majority of the people are Muslims. Many advertisement are not in accordance with the specifications of the goods, this is certainly an infringement of Islamic Sharia. However, there are still honest entrepreneurs who succeed by applying sharia marketing in their business. Therefore, this research discusses implementation of sharia marketing used by convection entrepreneurs in Tulungagung.

The purpose of this research is to describe: (1) The implementation of sharia marketing on confection business in Tulungagung Regency, (2) impact of implementing sharia marketing on confection business in Tulungagung Regency.

This research used qualitative research methods with a descriptive approach. The result of this research will be a description based on the informations that has been obtained. The data used are primary data and secondary data, data collection techniques in this research are observation; interview; and documentation. The data analysis techniques used in this research use Miles’s concept which is data reduction; presentation of data; verification and withdrawal of conclusions. The validity of the data used by extending observations and triangulation of sources and methods.

The result showed that: (1) The Implementation of sharia marketing is carried out by establishing business as worship, telling the truth, conveying product information in accordance with the really, not justifying all means, ensuring halalness and cleanliness of product, staying away from unsury, and choosing a safe business location with facilities that dissect, especially Muslim places of worship; (2) The impact of the implementation of sharia marketing shall be felt the importance of applying sharia principles, surviving business competition, good business image, as well as feelings of protection and tranquility during business activities.

**Keyword:** Impact, Implementation, Sharia Marketing.