

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam**” yang ditulis oleh Musfikoh Ifna Khoiru Rohmawati, NIM 17402153035, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, yang dibimbing oleh Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masalah persaingan yang semakin ketat, hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan manajemen pemasarannya. Salah satunya Konveksi Mukena Bordir Tulungagung merupakan salah satu perusahaan di Tulungagung yang memproduksi mukena. Konveksi Ini menggunakan strategi pemasaran 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*). Masing-masing elemen dari marketing mix ini tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya karena saling berkaitan.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi yang digunakan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung untuk meningkatkan omzet penghasilan?, 2) apakah strategi pemasaran yang digunakan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung sudah sesuai dengan ekonomi islam? Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Konveksi Mukena Bordir Tulungagung dalam meningkatkan penjualan, 2) Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran sudah sesuai menurut ekonomi islam.

Jenis penelitian ini yakni deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentas. Dari sumber data yang diperoleh baik melalui tulisan maupun lisan dari Konveksi Mukena Bordir Tulungagung akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam dengan pengecekan keabsahan menggunakan triangulasi data.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konveksi Mukena Bordir Tulungagung menerapkan starategi pemasaran 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*). Dari ketujuh strategi tersebut, Konveksi Mukena Bordir Tulungagung mampu meningkatkan omzet penjualan yang sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Hal ini bisa dilihat dari hasil penjualan tiap tahunnya dan juga strategi pemasaran yang tidak menyimpang prinsip ekonomi syariah dengan mencontoh praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Omzet Penjualan, Perspektif Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategies in Increasing Sales Turnover of Tulungagung Embroidery Mukena Convection with Islamic Economic Perspective" written by Musfikoh Ifna Khoiru Rohmawati, NIM 17402153035, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung, supervised by Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

This research is motivated by the problem of increasingly fierce competition, this causes the company to pay more attention to marketing management. One of them is Convection Mukena Embroidery Tulungagung is one of the companies in Tulungagung that produces mukena. This convection uses a 7p marketing strategy (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Each of the elements of this marketing mix cannot be separated from one another because they are related.

The problem formulation of this research are 1) How is the strategy used by Tulungagung Mukena Embroidery Convection to increase income turnover? 2) Is the marketing strategy used by Tulungagung Mukena Embroidery Convection suitable with Islamic economy? This study aims 1) To find out how the marketing strategy used by the Tulungagung Mukena Embroidery Convection in increasing sales, 2) To find out whether the marketing strategy is appropriate according to Islamic economics.

This type of research is descriptive using qualitative research methods. The research technique used is by interview, observation and documentation. From the source of the data obtained either by writing or orally from the Tulungagung Mukena Embroidery Convection will be studied thoroughly and deeply by checking the validity using data triangulation.

The results of this study indicate that the Tulungagung Embroidery Mukena Convection applies the 7p marketing strategy (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence). Of the seven strategies, the Tulungagung Embroidery Mukena Convection is able to increase sales turnover in accordance with the Islamic economic perspective. This can be seen from the sales results each year and also the marketing strategy that does not deviate from Islamic economic principles by following the marketing practices of the Prophet Muhammad.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Turnover, Islamic Economic Perspective

