

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Usaha Makanan Ringan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Jamur Mantan di Sumbergedong Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Devi Aciana Putri, NIM. 12402173383, dengan dosen pembimbing bapak Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tingkat persaingan yang ketat di dalam dunia usaha khususnya pada usaha olahan makanan ringan. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus memiliki suatu strategi pemasaran agar bisnis yang dijalankannya bisa berjalan dengan lancar dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan menggunakan perspektif ekonomi Islam yang baik maka akan membuat sebuah perusahaan tersebut bisa beroperasi secara maksimal berdasarkan ketetapan bisnis secara Islam dan bisa menjaga kepercayaan dari konsumen. Seperti halnya usaha Jamur Mantan yang sudah melakukan strategi pemasaran hingga melakukan penjualan ke Luar Negeri untuk meluaskan pemasaran dari pesaing lain.

Rumusan masalah pada penelitian ini: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha jamur mantan saat memasarkan produknya? (2) Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat pemasaran pada usaha jamur mantan? (3) Bagaimana strategi pemasaran usaha jamur mantan dalam perspektif ekonomi islam?. Tujuan dari penelitian ini : (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh usaha jamur mantan. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat pemasaran usaha jamur mantan.(3) Untuk mengetahui pemasaran usaha jamur mantan dari sisi perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Proses pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Jamur Mantan telah menerapkan strategi pemasaran dengan melakukan segmentasi, targeting, dan positioning serta bauran pemasaran berupa 4P (*product, price, place, promotion*). Bauran pemasaran dari usaha jamur mantan juga memiliki faktor pendukung dan penghambat masing-masing. Usaha Jamur Mantan juga menerapkan strategi pemasaran berdasarkan perspektif ekonomi Islam yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam. Usaha Jamur Mantan juga menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam yang mencontoh cara berdagang Nabi Muhammad SAW yang menerapkan etika bisnis yaitu shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh.

**Kata Kunci: Faktor Yang Mendukung Strategi Pemasaran, Perspektif Ekonomi Islam, Strategi Pemasaran.**

## ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy for Snack Food Business in Islamic Economic Perspective (Case Study of Former Mushrooms in Sumbergedong, Trenggalek Regency)" was written by Devi Aciana Putri, NIM. 12402173383, with supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the intense level of competition in the business world, especially in the snack food business. Therefore, a company must have a marketing strategy so that the business it runs can run smoothly and be able to compete with other companies. By using a good Islamic economic perspective, a company can operate optimally based on Islamic business provisions and can maintain the trust of consumers. Like the Mushroom Mantan business which has carried out marketing strategies to make sales abroad to expand marketing from other competitors.

The formulation of the problem in this study: (1) What is the marketing strategy applied by the former mushroom business when marketing its products? (2) What are the supporting and inhibiting factors of marketing in the former mushroom business? (3) How is the marketing strategy of the former mushroom business in the perspective of Islamic economics?. The purpose of this study: (1) To determine the marketing strategy that has been carried out by the former mushroom business. (2) To determine the factors supporting and inhibiting the marketing of the former mushroom business. (3) To determine the marketing of the former mushroom business from the perspective of Islamic economics.

This study uses a qualitative method with the type of case study research. The process of collecting data using the methods of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The result of the research shows that Mushroom Mantan Business has implemented a marketing strategy by segmenting, targeting, and positioning as well as the marketing mix in the form of 4P (product, price, place, promotion). The marketing mix of the former mushroom business also has its own supporting and inhibiting factors. Usaha Mushroom Mantan also implements a marketing strategy based on an Islamic economic perspective that adheres to Islamic principles. Mushroom Former Business also applies a marketing strategy that is in accordance with the perspective of Islamic economics which imitates the way of trading of the Prophet Muhammad SAW who applies business ethics, namely shiddiq, amanah, fathanah, and tabligh.

**Keywords: Factors that Support Marketing Strategy, Islamic Economic Perspective, Marketing Strategy.**