

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi di Desa Jambangan, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi)” ini ditulis oleh Tiana Dwi Nurrohamah, NIM. 12405183143, dengan dosen pembimbing Moh.Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tingkat peningkatan yang ketat di dalam dunia usaha. 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 etika bisnis Islam yang baik maka akan membuat sebuah perusahaan tersebut bisa beroperasi secara maksimal berdasarkan ketetapan bisnis secara Islam dan bisa menjaga kepercayaan dari konsumen.

Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi menggunakan marketing Mix dalam penjualan. Sehingga penelitian ini mengambil rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam meningkatkan penjualan ditinjau dari etika bisnis Islam ? (2) Bagaimana kendala dan solusi dalam menerapkan strategi pemasaran oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam meningkatkan penjualan? (3) Bagaimana dampak dari penerapan strategi pemasaran oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam meningkatkan penjualan berdasarkan etika bisnis Islam ?

Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengujian keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi telah menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan 1) dengan melakukan segmentasi, targeting, dan positioning serta bauran pemasaran berupa 4P (product, price, place, promotion).2) Kendala yang dihadapi yaitu terdapat dari segi produk, harga, dan distribusi. Tempat Makan tersebut selain menerapkan strategi pemasaran secara 3) Dampak dalam penerapan strategi pemasaran tersebut telah menggunakan strategi pemasaran yang berupa 4P dan Etika Bisnis Islam

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan, Etika Bisnis Islam.*

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Marketing Strategies to Increase Sales Sales in terms of Islamic Business Ethics (Case Study on Meatball Places and Rainbow Chicken Noodles in Jambangan Village, Paron District, Ngawi Regency)" was written by Tiana Dwi Nurrohamah, NIM. 12405183143, with supervisor Moh. Rois Abin, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the existence of a strict level of improvement in the business world. 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 good Islamic business ethics, a company can operate optimally based on Islamic business provisions and can maintain the trust of consumers.*

*Place to Eat Meatballs and Mie Ayam Pelangi uses marketing mix in sales. So this research takes the following problem formulation: (1) How is the marketing strategy that has been implemented by the Meatball Place and Mie Ayam Pelangi in increasing sales in terms of Islamic business ethics? (2) What are the obstacles and solutions in implementing the marketing strategy by Places to Eat Meatballs and Mie Ayam Pelangi in increasing sales? (3) What is the impact of implementing marketing strategies by Places to Eat Bakso and Mie Ayam Pelangi in increasing sales based on Islamic business ethics?*

*The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. The method of collecting data from this study used the methods of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Testing the validity of the data using triangulation techniques.*

*The results showed that the Meatball Restaurant and Mie Ayam Pelangi had implemented a marketing strategy to increase sales 1) by segmenting, targeting, and positioning as well as the marketing mix in the form of 4P (product, price, place, promotion). in terms of product, price, and distribution. The restaurant, in addition to applying conventional marketing strategies, also applies marketing strategies based on Islamic business ethics. The Islamic business ethics applied are in the form of oneness, balance, free will, responsibility and virtue. In addition, it also applies business ethics in the style of the Prophet, namely shiddiq, amanah, fathanah, and tabligh. 3) The impact in implementing this marketing strategy has been using a marketing strategy in the form of 4Ps and Islamic Business Ethics by using this strategy, it can have a positive impact, namely the number of product sales. from the place to eat has increased*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Increasing Sales, Islamic Business Ethics.*