

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Tampah dalam Meningkatkan penjualan berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam”. ini ditulis Miftakhul Rohma, jurusan Ekonomi Syariah, NIM.12402173121, Pembimbing Dr. Ngainun Na’im M.Hi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelaku bisnis yang sulit memahami rencana strategi pemasaran secara bagus. Kebanyakan pelaku bisnis masih tidak bertanggung jawab atas produksinya. Sehingga, tidak semua orang merasa dirugikan oleh bisnis yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, mereka hanya bisa berorientasi pada keuntungan tanpa adanya suatu pemikiran yang akan berdampak pada oleh para konsumen tersebut. Rumusan masalah dalam peneliti adalah (1) bagaimana strategi pemasaran tampah di Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar? (2) bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada tampah di Lingkungan Purworejo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar dalam perspektif ekonomi Islam? (3) bagaimana analisis kendala-kendala strategi pemasaran tampah dalam meningkatkan penjualan dari perspektif ekonomi Islam?

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan cara mewawancara informan di Lingkungan Purworejo kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar. Prosedur penelitian di lapangan yang akan menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa data secara lisan maupun tertulis dari pelaku usaha yang telah diamati. Karena itu, dalam penelitian ini pasti memiliki permasalahan kendala yang berkaitan dengan strategi pemasaran tampah di Lingkungan Purworejo akan mengkaji secara keseluruhan dan mendalam dengan cara mengupayakan ataupun memberi makna yang mendalam tentang fenomena yang sudah ditemukan.

Strategi pemasaran yang dilakukan dalam produksi tampah di Lingkungan Purworejo, Kecamatan Sutojayan adalah melalui tiga cara yaitu kualitas produk, harga, dan promosi. Karakteristik pemasaran syariah yang dilakukan oleh tampah di Lingkungan Purworejo Sutojayan Blitar sebagai berikut: Ketuhanan (Rabbaniyah), Etis (Akhlak), Realistik (Al-Waqi'iyah), Humanistik (Al-Insaniyah). Kendala internal yang dihadapi Tampah di Lingkungan Purworejo dalam meningkatkan penjualan konsumen sesuai dengan proses produksi di Lingkungan Purworejo dengan produksi tersendiri dan dipasarkan oleh distributor. Kendala eksternal adalah kurangnya tenaga sumber daya manusia pada tampah.

Kata kunci: Strategi pemasaran, tampah, meningkatkan penjualan, perspektif ekonomi Islam.

ABSTRAK

Thesis with the title "Analysis of Tampah Marketing Strategies in Increasing Sales based on the Islamic Economic Perspective". This was written by Miftakhul Rohma, majoring in Islamic Economics, NIM.12402173121, Supervisor Dr. Ngainun Na'im M.Hi.

This research is motivated by many business people who find it difficult to understand a good marketing strategy plan. Most business people are still not responsible for the production. So, not everyone feels aggrieved by an irresponsible business. Therefore, they can only be profit-oriented without any thought that will have an impact on these consumers.

The formulation of the problem in the researcher is (1) what is the marketing strategy for the tampah in Sutojayan District, Blitar Regency? (2) how is the marketing strategy in increasing sales of winnowing in the Purworejo neighborhood, Sutojayan district, Blitar district in the perspective of Islamic economics? (3) how is the analysis of the constraints of the tampah marketing strategy in increasing sales from the perspective of Islamic economics?

The research method used in this research is qualitative, by interviewing informants in Purworejo village, Sutojayan district, Blitar district. Research procedures in the field that will produce descriptive data, namely in the form of data orally or in writing from business actors who have been observed. Therefore, in this study, there must have been problems related to the marketing strategy of the tampah in the village of Purworejo and will examine it as a whole and explore it by means of exploratory or giving deep meaning about the phenomena that have been found.

The marketing strategy carried out in the production of tampah in Purworejo, Sutojayan District is through three ways, namely product quality, price, and promotion. The characteristics of sharia marketing carried out by tampah in Purworejo Sutojayan Blitar are as follows: Divinity (Rabbaniyah), Ethical (Akhlaq), Realistic (Al-Waqi'iyah), Humanistic (Al-Insaniyah). The internal constraints faced by Tampah in the Purworejo environment in increasing consumer sales are in accordance with the production process in the Purworejo environment with separate production and marketed by distributors. The external constraint is the lack of human resources at tampah.

Keywords: **Marketing strategy, tampah, increasing sales, Islamic economic perspective**

