

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah untuk Meningkatkan Penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung” ini ditulis oleh Reza Fahma, NIM. 12405183347, pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena peningkatan industri batik di Kabupaten Tulungagung mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis antar industri batik. Dengan adanya permasalahan tersebut, pemilik industri Batik Liris Manis Tulungagung berupaya untuk menerapkan strategi bauran pemasaran syariah sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana strategi produk berdasarkan syariah untuk meningkatkan penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung? (2) bagaimana strategi harga berdasarkan syariah untuk meningkatkan penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung? (3) bagaimana strategi saluran distribusi berdasarkan syariah untuk meningkatkan penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung? (4) bagaimana strategi promosi berdasarkan syariah untuk meningkatkan penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung? (5) bagaimana strategi *promise* berdasarkan syariah untuk meningkatkan penjualan pada Batik Liris Manis Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian study kasus. Teknik yang dipakai dalam pengambilan data menggunakan *accidental sampling* dengan sumber data berupa data primer. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi produk berdasarkan syariah, batik yang dijual berkualitas tidak ada unsur penipuan, menerima pesanan, mengemas produk, memiliki Surat Izin Usaha Perusahaan dan surat pencatatan ciptaan motif. (2) strategi harga berdasarkan syariah, tidak menetapkan harga di bawah atau di atas harga pasar, menetapkan harga berdasarkan kualitas batik. (3) strategi saluran distribusi berdasarkan syariah, konsumen dapat datang ke galeri, batik dapat dikirim melalui jasa ekspedisi dan menitipkan batik di lembaga terkait. (4) promosi berdasarkan syariah, mengikuti pameran, media sosial dan memberi strategi pelatihan kepada pelajar, saat melakukan promosi menggunakan kata yang sopan. (5) strategi *promise* berdasarkan syariah, selalu menepati janji yang dibuat bersama konsumen.

Kata Kunci: Strategi, Bauran Pemasaran Syariah, Penjualan

ABSTRACT

The thesis entitled “Sharia Marketing Mix Strategy to Increase Sales at Batik Liris Manis Tulungagung” was written by Reza Fahma, NIM. 12405183347, supervisor Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, M.M.

This research is motivated by the phenomenon of the increasing batik industry in Tulungagung Regency resulting in business competition between batik industries. With these problems, the industry owner of the Batik Liris Manis Tulungagung seeks to implement a sharia marketing mix strategy so that it can achieve the goals that have been set.

The formulation of the research problem is: (1) how is the product strategy based on sharia to increase sales at Batik Liris Manis Tulungagung? (2) what is the price strategy based on sharia to increase sales at Batik Liris Manis Tulungagung? (3) how is the distribution channel strategy based on sharia to increase sales at Batik Liris Manis Tulungagung? (4) how is the promotion strategy based on sharia to increase sales at Batik Liris Manis Tulungagung? (5) what is the promise strategy based on sharia to increase sales at Batik Liris Manis Tulungagung?

This study uses a qualitative approach with the type of case study research. The technique used in data collection using accidental sampling with data sources in the form of primary data. Collecting data by means of observation, in-depth interviews and documentation. The data analysis technique uses Miles and Huberman data analysis techniques.

The results showed that: (1) a product strategy based on sharia, there was not element of fraud in quality batik that was sold, receiving orders, packaging products, having a company business license and a letter of registration of motif creation. (2) a price strategy based on sharia, not setting a price below or above the market price, setting a price based on the quality of batik. (3) distribution channel strategy based on sharia, consumers can come to the gallery, batik can be sent via expedition services and leave batik at the relevant institution. (4) promotion based on sharia, participating in exhibitions, social media and providing training strategies to students, while promoting using polite words. (5) promise strategy based on sharia, always keeping promises made with consumers.

Keywords: *Strategy, Sharia Marketing Mix, Sales*