

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Pada UMKM Hikmah Stone” ini ditulis oleh Chandra Rizal Saputra, NIM. 12405183416, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Usaha harus bisa menentukan strategi yang tepat, supaya dapat mengembangkan usahanya. Demikian juga dalam pemasaran, dibutuhkan suatu strategi khusus dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, dengan begitu penerapan strategi pemasaran sangat penting. Dalam penelitian ini peneliti menjadikan UMKM Hikmah Stone sebagai objek penelitian. Sebuah usaha yang memproduksi westafel dari batu kali. Produk dari UMKM Hikmah Stone sudah sampai luar negeri, sehingga hal ini menggerakkan peneliti mengambil pokok kajian tentang Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Volume Penjualan Dengan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Yang Dilakukan Oleh UMKM Hikmah Stone. Tujuan penelitian ini yaitu 1) untuk strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dengan perspektif manajemen bisnis syariah yang dilakukan oleh UMKM Hikmah Stone dan 2) untuk mengetahui hasil pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dengan perspektif manajemen bisnis syariah UMKM Hikmah Stone.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik keabsahan data yang digunakan adalah perpanjangan pengamatan, meningkatkan dalam penelitian serta triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) penerapan strategi pemasaran yang diterapkan di UMKM Hikmah Stone Tulungagung menerapkan startegi bauran pemasaran dengan 4P (*product, price, promotion, place*). Yang berlandaskan pada konsep manajemen bisnis syariah. Dalam aspek product UMKM Hikmah Stone melakukan penjualan barang sangat memperhatikan kualitasnya, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan khususnya pembeli. Dalam aspek price penetapan harga ditentukan dari biaya produksi dan ukuran wastafel; kecil, sedang, dan besar sehingga keuntungan yang diterima kedua belah pihak. Sedangkan dalam strategi promosi, UMKM Hikmah Stone tidak terdapat unsur-unsur penipuan yang merugikan calon konsumen. Dan pada aspek place distribusi yang dipilih oleh UMKM Hikmah Stone meliputi beberapa pasar gerabah local, pengepul dan relasi dengan jangkauan internasional. Adapun 2) hasil dari penerapan 4P (*product, price, promotion, place*) tersebut yang ditinjau dari perspektif bisnis syariah menunjukkan bahwa produksi dan penjualan di UMKM Hikmah Stone mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dan ini menjadi indikator kesuksesan sebuah perusahaan yang salah satunya dilihat dari meningkatnya produksi dan penjualan barang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produksi, Penjualan, Manajemen Bisnis Syariah

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Increase Volume Selling With Perspective of Sharia Business Management in UMKM Hikmah Stone" was written by Chandra Rizal Saputra, NIM. 12405183416, adviser Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

Businesses must be able to determine the right strategy, in order to develop their business. Likewise in marketing, a special strategy is needed in a competitive business world, thus the implementation of a marketing strategy is very important. In this study, the researcher made the UMKM Hikmah Stone as the object of research. A business that produces sinks from river stones. The products of the Hikmah Stone UMKM have arrived abroad, so this has moved researchers to take the subject of the study Marketing Strategy to Increase Volume Selling With Perspective of Sharia Business Management in UMKM Hikmah Stone. As for the purpose is research 1) for understand of marketing strategy in increasing volume selling with perspective of sharia business management carried out by UMKM Hikmah Stone and 2) understand the results of implementing marketing strategies in increasing volume selling with perspective of sharia business management of UMKM Hikmah Stone.

This research uses a qualitative approach with the type of field research. Data collection techniques used are through observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the data validity technique used is the extension of observation, improvement in research and triangulation.

The results of this study indicate that: 1) the application of the marketing strategy applied in the UMKM Hikmah Stone Tulungagung applies a marketing mix strategy with 4P (product, price, promotion, place). Which is based on the concept of sharia business management. In terms of product aspects, Hikmah Stone's UMKM sells goods very concerned about quality, so that no one feels disadvantaged, especially buyers. In the price aspect, the pricing is determined from the cost of production and the size of the sink; small, medium, and large so that the benefits are received by both parties. Meanwhile, in the promotion strategy, UMKM Hikmah Stone do not contain fraudulent elements that harm potential consumers. And on the aspect of the distribution place chosen by UMKM Hikmah Stone includes several local pottery markets, collectors and relations with international reach. And 2) The results of the application of the 4P (product, price, promotion, place) which are viewed from a sharia business perspective show that production and sales at the UMKM Hikmah Stone have increased from year to year, and this is an indicator of the success of a company, one of which is seen from the increase production and sale of goods.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales, Sharia Business Management*