

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Toko Cahaya Berkah Pakisrejo Rejotangan Tulungagung)” yang ditulis oleh Falupi Putri Cahyaningrum, NIM. 12405183320, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya usaha-usaha retail yang bermunculan sehingga membuat persaingan antara bisnis retail semakin ketat. Dengan permasalahan tersebut Toko Cahaya Berkah Pakisrejo harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan kelangsungan usahanya, yaitu dengan penggabungan antara strategi pemasaran umum dengan strategi pemasaran Islam yang tepat dengan tujuan bisa meningkatkan penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Cahaya Berkah Pakisrejo guna meningkatkan penjualan 2) Bagaimana strategi pemasaran dalam perspektif Islam yang diterapkan oleh Toko Cahaya Berkah Pakisrejo 3) Bagaimana kondisi perkembangan penjualan dari produk yang ada di Toko Cahaya Berkah Pakisrejo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan naturalistik dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan data yang bersumber dari pemilik, karyawan, serta pelanggan Toko Cahaya Berkah Pakisrejo. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan 3 metode yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Serta pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan dengan uji kredibilitas, uji tranferbilitas, dan uji konfirmabilitas.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dilakukan oleh Toko Cahaya Berkah Pakisrejo yaitu dengan penerapan strategi pemasaran yaitu dengan penerapan strategi bauran pemasaran 7P (*people, process, place, physical evidence, promotion, product, price*), namun Toko Cahaya Berkah lebih menonjolkan pada strategi harga, produk, promosi dan juga tempat 2) Strategi pemasaran dalam perspektif Islam dilakukan oleh Toko Cahaya Berkah Pakisrejo yaitu dengan menerapkan etika-etika sesuai dengan ajaran Islam yang dimiliki oleh tenaga pemasaran, seperti menerapkan budaya spiritual, berlaku adil dalam berbisnis, melayani dengan senyum dan rendah hati, selalu menepati janji dan tidak curang. Strategi tersebut diterapkan sehingga mampu mempertahankan para pelanggan agar senantiasa berbelanja di Toko Cahaya Berkah Pakisrejo dan seterusnya toko ini mampu menghadapi persaingan bisnis antar usaha-usaha retail yang semakin banyak. 3) Kondisi perkembangan penjualan produk yang tidak stabil setiap bulannya pada Toko Cahaya Berkah Pakisrejo terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya yaitu kondisi dan kemampuan pasar/penjual, kondisi pasar dan modal.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Perspektif Islam

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales from an Islamic Perspective (Case Study at Cahaya Berkah Stores Pakisrejo Rejotangan Tulungagung)" written by Falupi Putri Cahyaningrum, NIM. 12405183320, Department of Sharia Business Management, supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

The research in this thesis is motivated by the increasing number of retail businesses that have sprung up so that it will make business competition between retail businesses increasingly tight. With these problems, Toko Cahaya Berkah Pakisrejo must do various ways by combining general marketing strategies with appropriate Islamic marketing strategies with the aim of increasing sales.

The formulation of the problem in this research is 1) How is the marketing strategy applied by Cahaya Berkah Pakisrejo Store to increase sales 2) How is the marketing strategy in an Islamic perspective applied by Cahaya Berkah Pakisrejo Store 3) How is the condition of sales development of the products in the Cahaya Berkah Store Pakisrejo.

This study uses a phenomenological and naturalistic approach with descriptive qualitative research. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation. with data sourced from the owners, employees, and customers of Toko Cahaya Berkah Pakisrejo. In analyzing the data, the researcher used 3 methods, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. As well as checking the validity of the findings by using a credibility test, transferability test, and confirmability test.

The results obtained from this study are 1) Marketing strategy in increasing sales is carried out by Cahaya Berkah Pakisrejo Store, namely by implementing a marketing strategy, namely by implementing the 7P marketing mix strategy (people, process, place, physical evidence, promotion, product, price), but Cahaya Berkah Store focuses more on price, product, promotion and place strategies 2) Marketing strategy from an Islamic perspective is carried out by Toko Cahaya Berkah Pakisrejo, namely by applying ethics in accordance with Islamic teachings owned by marketing personnel, such as applying spiritual culture, applies fair in doing business, serving with a smile and humility, always keeping promises and not cheating. The strategy was implemented so as to be able to keep customers shopping at the Cahaya Berkah Pakisrejo Store and so this store was able to face business competition between more and more retail businesses. 3) The unstable condition of product sales development every month at the Cahaya Berkah Pakisrejo Store occurs because it is influenced by several factors that affect sales. Among them are market/seller conditions and capabilities, market conditions and capital.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Islamic Perspective