

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Bisnis Perumahan Syariah Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi di Royal Madina Blabak, Kecamatan Pesantren Kota Kediri)” ini ditulis oleh Desi Eka Safitri, NIM. 12402173117, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permintaan akan tempat tinggal di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya. Kebutuhan dasar manusia selain sandang dan pangan adalah papan. Mayoritas orang menginginkan hunian yang syar’i dengan proses transaksi yang mudah dan halal. Dalam hal ini perumahan dengan konsep syariah mulai dikembangkan, salah satunya yaitu perumahan syariah Royal Madina yang berada di Kota Kediri. Royal Madina merupakan bisnis properti yang mengusung nilai syar’i dalam kegiatan pemasarannya, mulai dari transaksi yang digunakan, target konsumen, dan lokasi yang dipilih. Adanya perumahan syariah Royal Madina menjadi salah satu solusi bagi masyarakat untuk memiliki rumah sebagai tempat tinggal.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pemasaran yang digunakan oleh developer perumahan syariah Royal Madina Blabak, Kecamatan Pesantren Kota Kediri untuk meningkatkan volume penjualan, dan untuk menganalisa apa saja faktor yang mempengaruhi penjualan perumahan syariah di Royal Madina Blabak, Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis datanya menggunakan analisis data interaktif yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kemudian penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi pemasaran yang dilakukan oleh developer Royal Madina untuk meningkatkan volume penjualan yaitu a) menjaga kualitas produk dengan menyerahkan pada ahlinya dan memilih material yang berkualitas b) memberikan harga yang wajar sesuai dengan kualitas dan fasilitas c) memilih lokasi yang Islami dan dekat dengan berbagai fasilitas umum d) membuat brosur yang menarik dengan mencantumkan kelebihan produk e) target konsumen kaum muslimin dan memilih karyawan yang ahli di bidangnya f) transaksi menggunakan akad syariah *bai’ istishna’* dan g) pemberian berbagai fasilitas seperti *free design*, taman, *one street system*, pos penjagaan, dan berbagai fasilitas lainnya. Sedangkan 2) Faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu a) konsumen menginginkan rumah dengan kualitas terbaik b) harga yang dapat dijangkau dan sesuai dengan fasilitas dan kualitas c) lokasi yang dekat dengan tempat rutinitas d) promosi yang menarik dengan menunjukkan berbagai kelebihannya e) memilih transaksi yang mudah dan halal serta pelayanan yang memuaskan dan f) banyaknya fasilitas yang ditawarkan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, Bisnis Perumahan Syariah, Strategi Pemasaran, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy Analysis in the Sharia Housing Business to Increase Sales Volume (Study at Royal Madina Blabak, Pesantren District, Kediri City)" was written by Desi Eka Safitri, NIM. 12402173117, Sharia Economics Study Program, Department of Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Advisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the demand for housing in Indonesia which is increasing every year. The basic human need other than clothing and food is a board. The majority of people want syar'i housing with an easy and lawful transaction process. In this case, housing with sharia concepts has begun to be developed, one of which is the Royal Madina sharia housing located in the city of Kediri. Royal Madina is a property business that carries syar'i values in its marketing activities, starting from the transactions used, the target consumers, and the chosen location. The existence of the Royal Madina sharia housing is one solution for the community to have a house as a place to live.

This study aims to analyze the marketing strategy used by the sharia housing developer Royal Madina Blabak, Pesantren District, Kediri City to increase sales volume, and to analyze what factors influence the sale of sharia housing in Royal Madina Blabak, Pesantren District, Kediri City. The research method used in this research is qualitative with a descriptive approach. Methods of data collection is done by means of observation, interviews, and documentation. The data analysis uses interactive data analysis initiated by Miles and Huberman, namely data collection, data reduction, data presentation, and then drawing conclusions.

The results showed that 1) the marketing strategy carried out by Royal Madina developers to increase sales volume, namely a) maintaining product quality by submitting to experts and choosing quality materials b) providing reasonable prices according to quality and facilities c) choosing Islamic locations and close to various public facilities d) making attractive brochures by listing the advantages of the product e) targeting Muslim consumers and choosing employees who are experts in their fields f) transactions using sharia bai' istishna' contracts and g) providing various facilities such as free design, parks, one street system, guard post, and various other facilities. Meanwhile, 2) Factors influencing sales, namely a) consumers want houses with the best quality b) affordable prices and in accordance with facilities and quality c) locations close to routine places d) attractive promotions by showing sharing their advantages e) choosing transactions that easy and lawful as well as satisfactory service and f) the many facilities offered.

Keywords: *Marketing Mix 7P, Sharia Housing Business, Marketing Strategy, Sales Volume.*