

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Produk Madu “Putra Lebah” Di Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” yang ditulis oleh Nawilatul Fauziah Maulida, NIM. 12402173219 pembimbing Mochamad Chobir Sirad M.Pd.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh pemasaran Syariah produk madu “putra lebah” di Desa Ketanon dilatar belakangi oleh prospek produk madu yang memiliki pangsa pasar yang luas sehingga sangat menjanjikan digunakan sebagai peluang usaha. Namun masih banyak peternak lebah madu yang menjual madunya tanpa strategi yang matang sehingga kalah saing dengan produk madu olahan skala besar. Adapun permasalahan yang dihadapi produk madu skala umkm terutama dalam bidang pemasaran diantaranya kualitas produk madu, penetapan harga, distribusi dan promosi produk madu.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif, sedangkan sumber data yang diperoleh dari pengamatan melalui observasi, wawancara dan serta dokumentasi. Sedangkan teknik analisis yang digunakan melalui tahap pemilihan hal pokok dan hal penting, serta triangulasi data yang diperoleh di lapangan, sehingga pemaparan data bisa dipahami pada kasus yang pada saat itu diteliti. Terakhir dengan menyimpulkan memperoleh tujuan dari penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Penerapan strategi pemasaran Syariah dalam meningkatkan daya saing pada produk madu Putra Lebah sudah dapat berkembang menjadi berbagai jenis madu. 2) Hambatan strategi dalam strategi pemasaran pemasaran Syariah produk madu Putra Lebah yaitu: kurangnya kualitas dan kuantitas SDM, iklim dan cuaca tidak menentu, promosi produk penggunaan media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal, persaingan harga pasar yang sangat berpengaruh madu Putra Lebah.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Pemasaran Syariah, Madu

ABSTRACT

Thesis with the title "Sharia Marketing Strategy in Increasing Competitiveness of "Putra Bee" Honey Products in Ketanon Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency" written by Nawilatul Fauziah Maulida, NIM. 12402173219 supervisor Mochamad Chobir Sirad M.Pd.I.

The research in this thesis is motivated by the Islamic marketing of "putra bee" honey products in Ketanon Village against the background of the prospect of honey products that have a wide market share so that it is very promising to be used as a business opportunity. However, there are still many honey beekeepers who sell their honey without a mature strategy so that they are unable to compete with large-scale processed honey products. The problems faced by small-scale honey products, especially in the field of marketing, include the quality of honey products, pricing, distribution and promotion of honey products.

This study uses a qualitative approach and descriptive type of research, while the resources obtained from observation are through observation, interviews and documentation. Meanwhile, the analytical technique used is through the selection stage of the main and important things, as well as triangulation of data obtained in the field, so that the data exposure can be understood in the case at the time being studied. Finally, by concluding to obtain the objectives of the research.

The results of this study indicate that: 1) The application of Islamic marketing strategies in increasing competitiveness in Putra Lebah honey products has been able to develop into various types of honey. 2) Strategic obstacles in the Sharia marketing strategy of Putra Lebah honey products, namely: lack of quality and quantity of human resources, uncertain climate and weather, product promotion using social media that has not been fully utilized, market price competition which is very influential on Putra Lebah honey.

Keywords: *Strategy, Marketing, Sharia Marketing, Honey*