

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD.Dilii’s Figura Denanyar Jombang) ” yang ditulis oleh Sherly Dewi Cahyani, NIM. 12405183332, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, yang dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pesaing yang bermunculan sehingga pemilik harus berusaha lebih keras untuk bisa meningkatkan penjualan. Tetapi tepat menggunakan system syariah sesuai aturan agama. Oleh karena itu, Kerjasama tim sangat perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar para konsumen bisa tetap bertahan untuk membeli di UD.Dilii’s Figura. Selain itu kualitas produk juga harus tetap dijaga agar konsumen selalu merasa puas dengan produk yang dimiliki UD.Dilii’s Figura. System penjualan yang digunakan juga sesuai dengan marketing syariah agar system jual beli yang dilakukan berjalan sesuai syariah islam yang ada.

Rumusan masalah nya adalah 1. Bagaimana strategi pemasaran UD.Dilii’s Figura untuk meningkatkan penjualan?, 2. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dalam perspektif marketing syariah?. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data bersumber dari data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian ini adalah 1.) Untuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD.Dilii’s Pigura adalah dengan menjaga kualitas produk yang dimiliki dengan baik demi kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan produk yang dihasilkan maka loyalitas konsumen akan lebih mudah didapatkan. Hal tersebut yang menjadi tujuan utama mengapa strategi pemasaran harus dipersiapkan dengan baik. Selain itu kondisi pasar juga harus diperhatikan melalui evaluasi-evaluasi yang terus dilakukan untuk bisa mengalahkan pesaing yang ada. Jika strategi pemasaran yang dilakukan sesuai dengan napa yang dibutuhkan pasar sasaran, maka tingkat penjualan yang didapatkan akan semakin tinggi. 2.) Pengaruh strategi pemasaran UD.Dilii’s Pigura dalam meningkatkan penjualan dalam perspektif marketing syariah adalah dengan mencari kecocokan antara kemampuan internal perusahaan dengan peluang eksternal yang ada di pasar. Mengenali karakteristik pasar yang dituju dan struktur pasar sangatlah menguntungkan bagi perusahaan untuk dapat tetap bersaing surviove (kelangsungan hidup perusahaan) tetapi tetap dengan mengikuti ketentuan-ketentuan syariat islam sebagai pedomannya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan, Marketing Syariah

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy to Increase Sales in Sharia Marketing Perspective (Case Study of UD. Dilii's Figura Denanyar Jombang)" written by Sherly Dewi Cahyani, NIM. 12405183332, Department of Sharia Business Management, which is supervised by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by the many competitors that have sprung up so the owner must try harder to increase sales. But it is appropriate to use the sharia system according to religious rules. Therefore, teamwork really needs to be considered to improve the quality of service so that consumers can continue to buy at UD. Dilii's Figura. In addition, product quality must also be maintained so that consumers are always satisfied with the products owned by UD. Dilii's Figura. The sales system used is also in accordance with sharia marketing so that the buying and selling system is carried out according to existing Islamic sharia.

The formulation of the problem is 1. How is UD. Dilii's Figura marketing strategy to increase sales?, 2. What is the marketing strategy to increase sales in a sharia marketing perspective?. This study uses a qualitative research type. Data collection techniques used using interviews, observation and documentation. Data sourced from primary data and secondary data.

The results of this study are 1.) For the marketing strategy carried out by UD. Dilii's Pigura is to maintain the quality of the products owned properly for consumer satisfaction. If consumers are satisfied with the products produced, consumer loyalty will be easier to obtain. This is the main purpose why a marketing strategy must be prepared properly. In addition, market conditions must also be considered through ongoing evaluations to be able to beat existing competitors. If the marketing strategy is carried out in accordance with what the target market needs, then the level of sales obtained will be higher. 2.) The influence of UD. Dilii's Pigura marketing strategy in increasing sales from a sharia marketing perspective is to find a match between the company's internal capabilities and external opportunities in the market. Recognizing the characteristics of the target market and the market structure is very beneficial for the company to be able to remain competitive and survive (survival of the company) but still by following the provisions of Islamic law as a guideline.

Keywords: Marketing Strategy, Competitiveness, Sales