

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran CV. Danendra Abadi *Consulting* dalam Perspektif Ekonomi Syariah” ini diteliti oleh Tete Felti Arintonang, NIM. 12405173011, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Latar belakang penelitian ini yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Danendra Abadi *Consulting* dalam memasarkan produknya dengan perspektif ekonomi syariah.

Fokus penelitian ini adalah 1) bagaimana strategi pemasaran 4P (product, price, place dan promotion)? 2) bagaimana strategi pemasaran CV. Danendra Abadi *Consulting* dalam perspektif ekonomi syariah?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data menggunakan uji kepercayaan yaitu perpanjangan pengamatan, triangulasi sumber dan teknik, bahan referensi serta menggunakan uji dependabilitas melalui dosen pembimbing.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Strategi pemasaran *product* yang dilakukan pada CV. Danendra Abadi *Consulting*, yaitu dengan berupaya memberikan produk dengan mutu, kualitas yang baik kepada pelanggan. Pada strategi *price*, CV. Danendra Abadi *Consulting* memberikan harga di bawah pasar dari harga jasa perencanaan pada umumnya. 2) Strategi Pemasaran CV. Danendra Abadi Consulting Perspektif Manajemen Bisnis Syariah. Pada CV. Danendra Abadi *Consulting* juga membuat perencanaan sebuah strategi pemasaran dengan baik dan jujur di mana memberikan harga terjangkau serta dapat membuktikan hasil produk yang memiliki kualitas baik. 3) pemasaran 4p (product, price, promotion, dan place) CV. Danendra Abadi Consulting telah menerapkan 4p, dari keempatnya strategi pemasaran yang unggul merupakan harga dan kualitas produk yang dihasilkan Namun, dalam beberapa komponen strategi pemasaran tersebut memang perlu adanya perbaikan seperti promosi dan lokasi perusahaan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Manajemen Bisnis Syariah

ABSTRACT

The thesis "Analysis of Marketing Strategy CV. Danendra Abadi Consulting In Perspective of Economy Sharia" is research by Tete Felti Aritonang, NIM. 12405173011, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The research is marketing strategy carried out by CV. Danendra Abadi Consulting in Marketing its product with a sharia economic perspective.

The focus of this research are 1) what is the 4P marketing strategy (product, price, place and promotion)? 2) what is the CV danendra Abadi Consulting marketing strategy in the persepektive of sharia economics?

This study uses a type of qualitative research with a case study approach. The data collection carried out were observation, interviews and documentation. Checking the validity of the data using a trust test, namely extending observations, triangulation of sources and techniques, reference materials and using a dependability test through a supervisor.

The results of study are, 1) The product marketing strategy carried out on CV. Danendra Abadi Consulting, namely by trying to provide quality products, good quality to customers. On the price strategy, CV. Danendra Abadi Consulting provides prices below the market price of planning services in general. 2) Marketing Strategy CV. Danendra Abadi Consulting Perspective of Sharia Business Management. On CV. Danendra Abadi Consulting also plans a good and honest marketing strategy which provides affordable prices and can prove good quality products. 3) 4p marketing (product, price, promotion, and place) CV. Danendra Abadi Consulting has implemented 4p, of the four superior marketing strategies which are price and product quality. However, some components of the marketing strategy do need improvement, such as promotion and company location.

Keywords: Marketing Strategy, Sharia Business Management