

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Pedagang Kaki Lima Masa Transisi Pandemi Covid-19 Di Area Wisata Religi Makam Bung Karno Blitar” yang ditulis oleh Lisza May Maslinda, NIM. 12850821023 dengan Promotor atau pembimbingan Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. dan Dr. H. M. Arif Faizin, M.Ag .

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pandemi Covid-19 yang masih berlangsung dan mengubah banyak sector salah satunya adalah sector ekonomi. Keadaan ekonomi yang menurun mengharuskan masyarakat tak terkecuali para pedagang kaki lima di area wisata religi Makam Bung Karno Blitar untuk meningkatkan omzet penjualannya. Pada masa pandemic yang sudah memasuki babak akhir atau transisi, para pedagang harus bias memaksimalkan omzet yang dipatkan melalui pemasaran dengan basis syariah. Bauran pemasaran yang digunakan antara lain produk, promosi, lokasi, dan harga.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adakah pengaruh bauran pemasaran syariah terhadap peningkatan omzet penjualan para pedagang kaki lima di area wisata religi Makam Bung Karno Blitar dimasa transisi pandemic Covid-19. Sedangkan tujuan dari penelitin ini untuk mengetahui pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang didapatkan dari penyebaran angket kepada responden. Populasi dalam penelitian sebanyak 497 pedagang kaki lima dan sampel sebanyak 221 pedangan kak lima yang didapatkan dari rumus solvin. Pengolahan data menggunakan regresi linier berganda dan uji instrument penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software IBM SPSS Statistics 20*.

Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan jika secara parsial 1).produk berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap peningkatan omzet 2).Promosi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap penngkatan omzet penjualan,3).lokasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan, dan 4).harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pedagang kaki lima di area wisata religi Makam Bung Karno Blitar dimasa transisi pandemic Covid-19. Sedangkan secara simultan 5).bauran pemasaran syariah (produk, promosi, lokasi, dan harga) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan omzet penjualan pedagang kaki lima di area wisata religi Makam Bung Karno Blitar dimasa transisi pandemic Covid-19.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Syariah, Omzet Penjualan, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Sharia Marketing Mix on Increasing Street Vendor Sales Turnover During the Transition Period of the Covid-19 Pandemic in the Religious Tourism Area of Bung Karno's Cemetery in Blitar" written by Lisza May Maslinda, NIM. 12850821023 with the Promoter or mentoring Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. and Dr. H. M. Arif Faizin, M.Ag.

This research was motivated by the ongoing Covid-19 pandemic and changing many sectors, one of which is the economic sector. The declining economic situation requires the community, including street vendors in the religious tourism area of the Bung Karno Blitar Cemetery, to increase their sales turnover. During the pandemic, which has entered its final phase or transition, traders must be able to maximize the turnover obtained through sharia-based marketing. The marketing mix used includes product, promotion, location, and price.

The formulation of the problem in this research is whether there is an influence of the sharia marketing mix on increasing the sales turnover of street vendors in the religious tourism area of the Bung Karno Blitar Cemetery during the Covid-19 pandemic transition. Meanwhile, the purpose of this study was to determine this effect. This study used a quantitative approach with primary data sources obtained from distributing questionnaires to respondents. The population in the study were 497 street vendors and a sample of 221 street vendors obtained from the solvin formula. Data processing used multiple linear regression and research instrument tests consisting of validity tests and reliability tests using the IMB SPSS Statistics 20 software.

The results in this study can be concluded that partially 1). Product has a negative and significant effect on increasing turnover 2). Promotion has a positive and not significant effect on increasing sales turnover, 3). Location has a positive and not significant effect on increasing sales turnover, and 4). Prices have a positive and significant effect on increasing sales turnover of street vendors in the religious tourism area of the Bung Karno Blitar Cemetery during the Covid-19 pandemic transition. Meanwhile, simultaneously 5). The sharia marketing mix (product, promotion, location, and price) has a positive and significant effect on increasing the sales turnover of street vendors in the religious tourism area of Bung Karno's Cemetery in Blitar during the Covid-19 pandemic transition.

Keywords: Sharia Marketing Mix, Sales Turnover, Covid-19 Pandemic