

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Home Industri Dalam Meningkatkan Hasil dan Penjualan Bakpia Ahmad’s Family Trenggalek” ini ditulis oleh Ansyahrul Febriansyah NIM. 12405193147. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1). Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran syariah yang dilakukan pengusaha dalam meningkatkan hasil dan penjualan bakpia ahmad’s family. 2). Untuk mendeskripsikan kendala dan solusi pada strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan hasil produksi dan penjualan bakpia ahmad’s family.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara individu dan data sekunder diperoleh dari sumber pustaka dan dokumen lainnya.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa: (1) Strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Bakpia Ahmad’s Family dalam meningkatkan hasil dan penjualan sebagai berikut: Strategi Produk: menjaga kualitas dan mutu produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Harga: harga produk yang dijual sesuai dengan kualitas barang yang dihasilkan. Tempat/saluran distribusi: masih menggunakan sistem distribusi langsung dengan cara konsumen langsung datang ke produsen atau sebaliknya. Strategi promosi Bakpia Ahmad’s Family dengan menggunakan media sosial Facebook dan Whatsaap. (2) Kendala dan solusi strategi pemasaran meliputi. (a) kendala yang di alami. Produk: produksi barang mengalami kesalahan dan keterlambatannya bahan baku. Harga: Konsumen masih melakukan penawaran harga. Tempat/saluran Distribusi: tempat dan saluran distribusi kurang efektif. Promosi: promosi yang dilakukan belum maksimal. (b) Solusi yang di alami : Produk: mengadakan training terlebih dahulu bagi karyawan. Produk gratis ketika konsumen datang. Suplayer baru untuk menghindari keterlambatan bahan baku. Harga: menciptakan inovasi dengan memberikan varian isi sesuai dengan harga produksi yang dikeluarkan. Tempat/saluran Distribusi: membuka sebuah outlit. Promosi: meningkatkan pemanfaatan media sosial sehingga produk dapat menyebar luas dan memanfaatkan media lainnya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Home Industri, Hasil Dan Penjualan

ABSTRACT

Thesis entitled "Sharia Marketing Strategy for Home Industry in Increasing Yields and Sales of Bakpia Ahmad's Family Trenggalek" was written by Ansyahrul Febriansyah NIM. 12405193147. Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The aims of this research are 1). To describe how the sharia marketing strategy is carried out by entrepreneurs in increasing the results and sales of Bakpia Ahmad's family. 2). To describe the constraints and solutions to the sharia marketing strategy in increasing production and sales of Bakpia Ahmad's family.

This study uses a type of qualitative research. The methods used are observation, interviews, and documentation. Sources of data obtained in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from individual interviews and secondary data was obtained from library sources and other documents.

The results of this study reveal that: (1) The Islamic marketing strategy implemented by Bakpia Ahmad's Family in increasing yields and sales is as follows: Product Strategy: maintaining product quality and quality by using quality ingredients. Price: the price of products sold according to the quality of the goods produced. Place/distribution channel: still using a direct distribution system by way of consumers coming directly to producers or vice versa. Bakpia Ahmad's Family promotion strategy by using Facebook and Whatsaap social media. (2) Constraints and marketing strategy solutions include. (a) the constraints experienced. Product: the production of goods experiences errors and delays in raw materials. Price: Consumers are still bidding on prices. Distribution places/channels: places and distribution channels are less effective. Promotion: the promotion has not been maximized. (b) Solutions experienced: Product: conduct training in advance for employees. Free products when consumers come. New supplier to avoid delays in raw materials. Price: creating innovation by providing content variants according to the production price that is issued. Place/Distribution channel: opens an outlet. Promotion: increasing the use of social media so that products can spread widely and take advantage of other media.

Keywords: *Sharia Marketing Strategy, Home Industry, Results and Sales*