

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Syariah Marketing dalam Meningkatkan Omzet Pendapatan Pada Industri Batu Batako Ali di Desa Banjarejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung**” ini ditulis oleh Eka Rohmanul Fikri Rosadi NIM 12402183333, Pembimbing: Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dalam penjualan dan pemasaran yang semakin ketat dan tajam pada UMKM khususnya industri batu batako Ali. Adanya persaingan tersebut dikarenakan jumlah industri-industri batu batako, batu bata dan sejenisnya yang jumlahnya juga tidak sedikit. Untuk menghadapi hal tersebut, industri menerapkan strategi *Syariah Marketing* dengan cara sedakah, mengedepankan kejujuran transaksi dan kenyamanan komunikasi dengan konsumen.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Mengetahui strategi *Syariah Marketing* dalam meningkatkan omzet pendapatan pada industri batu batako Ali di Desa Banjarejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. (2) Mengetahui tantangan dalam meningkatkan omzet pendapatan pada industri batu batako Ali di Desa Banjarejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer berupa 7 (tujuh) orang informan. Sedangkan data sekunder didapat dari buku-buku, penelitian terdahulu, dan sumber-sumber tertulis. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik Analisis data dalam penelitian ini melalui tiga alur 1) reduksi data (*data reduction*), 2) penyajian data (*data displays*) dan 3) penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/veriffication*). Pengecekan keabsahan data melalui teknik triangulasi dan perpanjangan kehadiran dalam pemeriksaan keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi *Syariah Marketing* dalam meningkatkan omzet pendapatan pada Industri Batu batako Ali adalah a) Strategi produk yaitu Industri Batu batako Ali menggunakan bahan yang tidak mengandung unsur keharaman dan bahan-bahan dibeli secara jujur, b) Strategi harga yaitu jujur, c) Strategi promosi yaitu dengan berprinsip pada kejujuran, d) Srategi lokasi yaitu dengan menyediakan kenyamanan. (2) Tantangan dalam meningkatkan omzet pendapatan pada industri Batu batako Ali adalah a) Tantangan strategi produk yaitu kendala bahan baku, terhambatnya modal, dan karakter konsumen, b) Tantangan strategi harga yaitu persaingan harga dengan industry batako lainnya, c) Tantangan strategi promosi yaitu kurang memaksimalkan media sosial dan keterbatasan pengetahuan teknologi. d) Tidak ada tantangan dalam strategi lokasi Industri Batu batako Ali. Sedangkan tantangan distribusi adalah kerusakan produk saat mendistribusikan batako dan terbatasnya kemampuan armada pengiriman.

Kata kunci: Strategi *Syariah Marketing*, Omzet Pendapatan, Industri Batu Batako.

ABSTRACT

*The thesis with title “**Sharia Marketing Strategy in Increasing Revenue Turnover in the Ali Brick Industry in Banjarejo Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency**” was written by Eka Rohmanul Fikri Rosadi NIM 12402183333, Advisor: Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

This research is motivated by competition in sales and marketing that is getting tighter and sharper in MSMEs, especially the Ali brick industry. The existence of this competition is due to the number of adobe brick industries, bricks and the like which are also not small in number. To deal with this, the industry implements a Sharia Marketing strategy by means of alms, prioritizing transaction honesty and convenience of communication with consumers.

The purposes of this research were (1) to find out the Sharia Marketing strategy in increasing revenue turnover in the Ali brick industry in Banjarejo Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency. (2) Knowing the challenges in increasing revenue turnover in the Ali brick industry in Banjarejo Village, Rejotangan District, Tulungagung Regency.

This research used a qualitative approach with a descriptive research type. The source of data in this study is primary data in the form of 7 (seven) informants. While secondary data obtained from books, previous research, and written sources. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Techniques for data analysis in this study were through three channels: 1) data reduction, 2) data displays and 3) conclusion drawing/verification. Checking the validity of the data through triangulation techniques and extending attendance in checking the validity of the data.

The results of the research show that: (1) The Sharia Marketing Strategy in increasing revenue turnover in the Ali Brick Industry is a) Product strategy, namely the Ali Brick Industry uses materials that do not contain elements of Haram and materials are purchased honestly, b) Pricing strategy, namely honest, c) The promotion strategy is based on honesty, d) The location strategy is to provide comfort. (2) Challenges in increasing revenue turnover in the Ali brick industry are a) Product strategy challenges, namely raw material constraints, capital constraints, and consumer character, b) Pricing strategy challenges, namely price competition with other brick industries, c) Promotion strategy challenges, namely lack of maximizing social media and limited technological knowledge. d) There is no challenge in the location strategy of Ali Brick Industry. While the distribution challenges are product damage when distributing bricks and the limited ability of the delivery fleet.

Keywords: *Sharia Marketing Strategy, Revenue Turnover, Brick Industry.*