

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran *Word of Mouth* dan Metode Pembayaran dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Gula Merah (Studi Kasus di UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur Ngadiluwih)” yang ditulis oleh Muhammad Hanif Pramudia, NIM 12405193140, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M. H. I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin bertambahnya UMKM terutama dalam bidang penjualan gula merah di daerah Ngadiluwih di era digitalisasi ini. Namun UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur dapat bertahan dan berkembang pesat dengan menggunakan strategi pemasaran dan metode pembayaran secara tradisional, yaitu strategi pemasaran *word of mouth* dan metode pembayaran kredit, *cash on delivery*, dan *pre order* yang dapat menarik minat beli konsumen.

Fokus penelitian ini, yaitu (1) bagaimana strategi pemasaran *word of mouth* dalam meningkatkan minat beli gula merah di UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur? (2) bagaimana penerapan metode pembayaran dalam usaha gula merah di UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur dalam meningkatkan minat beli? (3) bagaimana penerapan strategi pemasaran *word of mouth* dan metode pembayaran di UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur dalam perspektif ekonomi syariah?. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran *word of mouth*, metode pembayaran, dan penerapan strategi pemasaran *word of mouth* dan metode pembayaran yang digunakan pada UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data diperoleh dari wawancara dengan pemilik dan karyawan UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur dan sumber data dokumentasi diperoleh dari dokumentasi di tempat penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis data model Miles and Huberman, yaitu terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi *word of mouth* sudah tepat penerapannya karena sesuai prinsip, karena dapat meningkatkan minat beli gula merah dalam usaha ini. Pembeli dan pelanggan atas keinginannya sendiri memberikan rekomendasi dan ulasan yang baik kepada orang lain. 2) Metode pembayaran yang digunakan, yaitu kredit tanpa bunga, *cash on delivery (COD)*, dan *pre order* dapat meningkatkan minat beli calon pembeli karena kemudahan dalam pembayaran dan bersifat mengikat. 3) Strategi pemasaran *word of mouth* dan metode pembayaran di UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur sesuai dengan perspektif ekonomi syariah. Pada strategi pemasaran *word of mouth* memenuhi prinsip ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik. Pada penerapan metode pembayaran juga sesuai dengan perspektif ekonomi syariah karena tidak terdapat penambahan biaya atau riba, sesuai akad penjual dan pembeli yang dilakukan sejak awal, dan selalu mengkonfirmasi kapan barang akan dikirimkan kepada pembeli atau pelanggan.

Kata Kunci : metode pembayaran, minat beli, strategi pemasaran, *word of mouth*.

ABSTRACT

Thesis with the title "Application of Word of Mouth Marketing Strategy and Payment Methods in Increasing Purchase Interest in Brown Sugar Products (Case Study at MSME Gendhis Manis Berkah Makmur Ngadiluwih)" written by Muhammad Hanif Pramudia, NIM 12405193140, supervisor Dr. Nur Aziz Muslim, M. H. I.

This research is motivated by the increasing number of MSMEs, especially in the field of selling brown sugar in the Ngadiluwih area in this digitalization era. However, UMKM Gendhis Manis Berkah Makmur can survive and develop rapidly by using traditional marketing strategies and payment methods, namely word of mouth marketing strategies and credit, cash on delivery, and pre order payment methods that can attract consumer buying interest.

The focus of this research, namely (1) how is the word of mouth marketing strategy in increasing buying interest in brown sugar at MSME Gendhis Manis Berkah Makmur? (2) how is the application of payment methods in the brown sugar business at MSME Gendhis Manis Berkah Makmur in increasing buying interest? (3) how is the application of word of mouth marketing strategies and payment methods at MSME Gendhis Manis Berkah Makmur in the perspective of Islamic economics?. The purpose of this study was to determine the application of word of mouth marketing strategies, payment methods, and the application of word of mouth marketing strategies and payment methods used in MSMEs Gendhis Manis Berkah Makmur in the perspective of Islamic economics.

This research uses a qualitative method with a case study approach. Sources of data were obtained from interviews with owners and employees of Gendhis Manis Berkah Makmur MSMEs and sources of documentation data obtained from documentation at the research site. The analysis technique used is the Miles and Huberman data analysis model, which consists of data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that: 1) The word of mouth strategy is appropriate in its application because it is in accordance with the principles, because it can increase the interest in buying brown sugar in this business. Buyers and customers of their own accord provide recommendations and good reviews to others. 2) The payment methods used, namely interest-free credit, cash on delivery (COD), and preorders can increase the purchase interest of potential buyers because of the ease of payment and are binding. 3) Word of mouth marketing strategies and payment methods at MSMEs Gendhis Manis Berkah Makmur are in accordance with an Islamic economic perspective. The word of mouth marketing strategy fulfills the principles of divinity, ethical, realistic, and humanistic. In the application of payment methods, it is also in accordance with the perspective of Islamic economics because there are no additional costs or usury, according to the seller and buyer contracts made from the start, and always confirm when the goods will be delivered to the buyer or customer.

Keywords: *payment method, purchase interest, marketing strategy, word of mouth.*