

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Properti pada Perusahaan Properti Syariah (Studi Multisitus Griya Arsalan dan Griya Samara Tulungagung)” yang ditulis oleh Yuni Kristanti, Program Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmattullah Tulungagung. Dibimbing oleh Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. dan Dr. Muhammad Aswad, MA.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat di Tulungagung tentang konsep perumahan berbasis syariah dan memiliki persepsi bahwa sistemnya sama dengan konvensional. Fokus dan pertanyaan dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana implementasi strategi produk (*product*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 2). Bagaimana implementasi strategi harga (*price*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 3). Bagaimana implementasi strategi tempat (*place*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 4). Bagaimana implementasi strategi promosi (*promotion*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 5). Bagaimana implementasi strategi orang (*people*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara Tulungagung. 6). Bagaimana implementasi strategi proses (*process*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 7). Bagaimana implementasi strategi bukti fisik (*physical evidence*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 8). Bagaimana implementasi strategi janji (*promise*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara. 9). Bagaimana implementasi strategi sabar (*patient*) pada Griya Arsalan dan Griya Samara.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan desain penelitian multisitus. Lokasi penelitian di Griya Arsalan dan Griya Samara Tulungagung. Sumber data penelitian ini adalah informan, peristiwa dan lokasi. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data kasus individu kemudian analisis data lintas situs.

Hasil penelitian ini adalah: 1). Strategi produk Griya Arsalan dan Griya Samara mengutamakan kualitas bangunan, kenyamanan dan keamanan bagi penghuni. 2). Strategi harga Griya Arsalan dan Griya Samara adalah harga luwes dengan skema kontan dan kontan bertahap. 3). Strategi tempat Griya Arsalan dan Griya Samara tempat aman, tenang, nyaman, dekat dengan fasilitas publik dan akses jalan mudah. 4). Strategi promosi Griya Arsalan dan Griya Samara melakukan edukasi mengenai mekanisme perumahan syariah prinsip 7 tanpa. 5). Strategi orang Griya Arsalan dan Griya Samara menjaga kualitas pelayanan dan komunikasi, tanggap, andal, sabar dan ramah. 6). Strategi proses Griya Arsalan dan Griya Samara adalah mekanisme pesan dan bangun, tidak melibatkan bank dalam proses transaksinya dan tanpa riba. 7). Strategi bukti fisik Griya Arsalan dan Griya Samara menunjukkan bangunan berupa rumah, *brand*, logo dan slogan. 8). Strategi janji Griya Arsalan dan Griya Samara sama yaitu janji beli dan janji bangun. 9). Strategi sabar Griya Arsalan dan Griya Samara yaitu sabar dalam penagihan, sabar dalam memberi pelayanan dan menjadi pendengar yang baik.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Syariah, Properti Syariah, Volume Penjualan.

ABSTRACT

Thesis with the title “Sharia Marketing Mix Strategy in Efforts to Increase Property Sales Volume in Sharia Property Companies (Multisite Study of Griya Arsalan and Griya Samara Tulungagung)” written by Yuni Kristanti, Masters Program in Islamic Economics, Postgraduate of Sayyid Ali Rahmattullah State Islamic University Tulungagung. Supervised by Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M. and Dr. Muhammad Aswad, MA.

This research is motivated by the low level of understanding the community in Tulungagung about the concept of sharia-based housing and has the perception that the system is the same as conventional. The focus and questions in this research are 1). How to implement product strategy at Griya Arsalan and Griya Samara. 2). How to implement price strategy for Griya Arsalan and Griya Samara. 3). How to implement place strategy in Griya Arsalan and Griya Samara. 4). How to implement promotion strategy at Griya Arsalan and Griya Samara. 5). How to implement people strategy at Griya Arsalan and Griya Samara Tulungagung. 6). How to implement process strategy at Griya Arsalan and Griya Samara. 7). How to implement physical evidence strategy at Griya Arsalan and Griya Samara. 8). How to implement promise strategy at Griya Arsalan and Griya Samara. 9). How to implement patient strategy in Griya Arsalan and Griya Samara.

This research uses a qualitative case study approach with a multi-site research design. The research location is Griya Arsalan and Griya Samara Tulungagung. The data sources this research are informants, events and locations. Data collection techniques using the method observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis uses individual case data analysis and then cross-site data analysis.

The results of this study are: 1). The product strategy Griya Arsalan and Griya Samara prioritizes building quality, comfort and safety for residents. 2). The pricing strategy Griya Arsalan and Griya Samara is a flexible price with a cash and gradual cash scheme. 3). The strategy is that Griya Arsalan and Griya Samara are safe, quiet, comfortable, close to public facilities and easy road access. 4). The promotion strategy Griya Arsalan and Griya Samara is to educate about the mechanism of principle 7 sharia housing without. 5). The strategy Griya Arsalan and Griya Samara is to maintain the quality of service and communication, to be responsive, reliable, patient and friendly. 6). The process strategy Griya Arsalan and Griya Samara is a message and wake-up mechanism, not involving banks in the transaction process and without usury. 7). Griya Arsalan and Griya Samara physical evidence strategy shows buildings in the form of houses, brands, logos and slogans. 8). Griya Arsalan and Griya Samara promise strategy is the same, namely buying promises and building promises. 9). Griya Arsalan and Griya Samara patient strategies are patient in billing, patient in providing service and being a good listener.

Keywords: Sharia Marketing Mix, Sharia Property,