

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kecamatan Kademangan Blitar” ini ditulis oleh Mohammad Bagus Sucipto dengan NIM 12850821027 dengan Dosen Pembimbing I Dr. H. Mashudi, M.Pd.I dan Dosen Pembimbing II Dr. Mohammad Aswad, M.A penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya industri Geti di desa Rejowinangun Kademangan Blitar yang mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis yang ketat antar industri Geti. Dengan adanya permasalahan tersebut, pemilik industri Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar berupaya untuk menerapkan strategi bauran pemasaran syariah sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:(1) Bagaimana Strategi Produk Berdasarkan Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar? (2) Bagaimana Strategi Harga Berdasarkan Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar? (3) Bagaimana Strategi Saluran Distribusi Berdasarkan Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar? (4) Bagaimana Strategi Promosi Berdasarkan Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar? (5) Bagaimana Strategi Promise Berdasarkan Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Geti Desa Rejowinangun Kademangan Blitar? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian study kasus. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data dengan menggunakan accidental sampling dengan sumber data berupa data primer dan skunder. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data *Miles Dan Huberman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi produk berdasarkan syariah, Geti yang dijual berkualitas tidak ada unsur penipuan, menerima pesanan, mengemas produk, memiliki surat izin usaha perusahaan dan berlabel halal (2) strategi harga berdasarkan syariah, tidak menetapkan harga di bawah atau di atas harga pasar, menetapkan harga berdasarkan kualitas (3) strategi saluran distribusi berdasarkan syariah, konsumen dapat datang ke galeri, Geti dapat dikirim melalui jasa ekspedisi dan menitipkan Geti di Toko lain. (4) promosi berdasarkan syariah, mengikuti pameran, media sosial dan memberi strategi pelatihan kepada pelajar, saat melakukan promosi menggunakan kata yang sopan. (5) strategi promise berdasarkan syariah, selalu menepati janji yang dibuat bersama konsumen.

Kata Kunci: *Strategi, Bauran Pemasaran Syariah, Penjualan*

ABSTRACT

The thesis with the title "Sharia Marketing Mix Strategy to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar District" was written by Mohammad Bagus Sucipto with NIM 12850821027 with Supervisor I Dr. H. Mashudi, M.Pd.I and Supervisor II Dr. Mohammad Aswad, M.A. This research was motivated by the increase in the Geti industry in Rejowinangun Kademangan Blitar village which resulted in intense business competition between Geti industries. Given these problems, the owner of the Geti industry, Rejowinangun Village, Kademangan Blitar, is trying to implement a sharia marketing mix strategy so that he can achieve the stated goals. The formulation of the problem in this research is: (1) What is the Product Strategy Based on Sharia to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar? (2) What is the Sharia-Based Pricing Strategy to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar? (3) What is the Distribution Channel Strategy Based on Sharia to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar? (4) What is the Promotion Strategy Based on Sharia to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar? (5) What is the Promise Strategy Based on Sharia to Increase Sales of Geti Products in Rejowinangun Village, Kademangan Blitar? This research uses a qualitative approach with a case study type of research. The technique used in collecting data was accidental sampling with data sources in the form of primary and secondary data. Data collection by means of observation, in-depth interviews and documentation. The data analysis technique uses Miles and Huberman data analysis techniques. The research results show that: (1) the product strategy is based on sharia, the Geti sold is quality, there is no element of fraud, accepts orders, packages the product, has a company business license and is labeled halal (2) the price strategy is based on sharia, does not set prices below or above market price, setting prices based on quality (3) distribution channel strategy based on sharia, consumers can come to the gallery, Geti can be sent via expedition service and leave Geti at another shop. (4) sharia-based promotions, participating in exhibitions, social media and providing training strategies to students, when promoting using polite words. (5) promise strategy based on sharia, always keeping promises made with consumers.

Keywords: *Strategy, Sharia Marketing Mix, Sales*