

ABTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Islam Pada Peternakan Kim Secret Aviary Desa Tanggung Kecamatan Campurdarat Tulungagung” di tulis oleh Eka Surya Wijaya, NIM 17402163026, dan dibimbing oleh Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

Dalam pemasaran dikenal banyak strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan produk yang dihasilkan sebuah perusahaan, salah satunya adalah strategi marketing mix yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi sebagai alat strategi dalam pemasaran. Perhatian produsen dalam menggunakan strategi yang tepat akan membawa pengaruh terhadap penjualan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus penelitian ini adalah mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh peternakan Kim Secret Aviary untuk memasarkan hasil ternakannya, dan bagaimana juga strategi pemasaran di peternakan Kim Secret Aviary ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Dengan cara meneliti unsur-unsur strategi pemasaran pada produk sesuai perspektif ekonomi Islam, yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan, yakni dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran pada peternakan Kim Secret Aviary ditinjau dari perspektif Islam sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yaitu produk yang didistribusikan benar-benar baik dan halal, aman sesuai yang di informasikan kepada calon konsumen. Harga, yang standar tidak melebihi lebihkan, dan dengan promosi yang sesuai dengan kenyataan barang yang didistribusikan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Thesis entitled " Marketing Strategy Judging From Islamic Business Ethics of Kim Secret Aviary's Livestock in Responsibility Village, Campurdarat Tulungagung District" written by Eka Surya Wijaya, NIM 17402163026, and mentored by Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

In marketing known many strategies that can be used to market a product produced by a company, one of which is a marketing mix strategy or marketing mix consisting of product, price, place and promotion as a marketing tool. The attention of producers in using the right strategy will have an effect on sales owned by the company.

Based on the above background, the focus of this research is to know how the marketing strategy done by Kim Secret Aviary's farm to market their livestock products, and how the marketing strategy at Kim Secret Aviary 's farm is viewed from the perspective of Islamic economics.. By researching the elements of the marketing strategy on the product according to Islamic economic perspective, namely product, price, location, promotion. This research uses qualitative method. Data collection used, ie by way of observation, interview, and documentation.

Based on the result of research, the marketing strategy for the Kim Secret Aviary farm product from Islamic perspective is in accordance with Islamic economic principle that is distributed product is really good and halal, safe according to informed to prospective consumer. Price, the standard is not exaggerated, and with the promotion in accordance with the reality of goods distributed.

Keywords: Mixed Feelings Strategy, Islamic Economics