

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu Desa Ngadiluwih Kabupaten Kediri” ditulis oleh Correna Moralisa Azminingtyas, NIM. 126402203177, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan Pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya persaingan usaha sejenis yang ada di Indonesia, hal ini mendorong *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan menerapkan strategi marketing *mix* yang terdiri dari 4 indikator: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Fokus dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi produk (*product*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu perspektif ekonomi syariah? 2) Bagaimana strategi harga (*price*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu perspektif ekonomi syariah? 3) Bagaimana strategi tempat (*place*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu perspektif ekonomi syariah? 4) Bagaimana strategi promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu perspektif ekonomi syariah?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi produk (*product*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan memperhatikan indikator produk meliputi merek, kemasan, label, jaminan produk, dan daya tahan. 2) Strategi harga (*price*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan menerapkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga antar produk sejenis. 3) Strategi tempat (*place*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan dengan baik yaitu dengan menerapkan indikator saluran distribusi meliputi ketersediaan produk, jangkauan distribusi, dan tingkat kemudahan. 4) Strategi promosi (*promotion*) dalam meningkatkan penjualan pada *Home Industry* Getuk Pisang Sari Madu sudah berjalan baik dengan memperhatikan pesan promosi yang disampaikan, media promosi yang digunakan, dan waktu promosi.

**Kata kunci:** Strategi Marketing Syariah, Produk, Harga, Tempat, Promosi.

## **ABSTRACT**

*Thesis with title “Sharia Marketing Strategy in Increase Sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu Ngadiluwih Village Kediri Regency” was written by Correna Moralisa Azminingtyas, NIM. 126402203177, Study Program Economy Sharia, Faculty Economy and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with Supervisor Dr. Suminto , M.Pd.I.*

*Study this background by the more many competition business similar to those in Indonesia, this push Home Industry Getuk Pisang Sari Madu for increase sales volume that is with apply marketing mix strategy consisting of from 4 indicators : product , price , place , and promotion.*

*Focus in study this namely : 1) How strategy product in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu perspective economy Sharia ? 2) How strategy price in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu perspective economy Sharia ? 3) How strategy place in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu perspective economy Sharia ? 4) How strategy promotion in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu perspective economy Sharia ?*

*Study this use type study qualitative with approach descriptive qualitative . Technique data collection via observation , interviews , and documentation . Technique analysis used that is data condensation , data presentation , and withdrawal conclusion . Checking validity of the data used triangulation source and technical triangulation .*

*Results study this show that : 1) Strategy product in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu already walk with good that is with notice indicator product covers brand , packaging , label, guarantee products , and power stand . 2) Strategy price in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu already walk with good that is with apply affordability price , suitability price with quality , suitability price with benefits , and Power competitive price between product kind . 3) Strategy place in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu already walk with good that is with apply indicator channel distribution covers availability product , range distribution , and level convenience . 4) Strategy promotion in increase sale on Home Industry Getuk Pisang Sari Madu already walk good with notice message promotions delivered , promotional media used , and time promotion .*

**Keywords** : *Sharia Marketing Strategy , Product , Price , Place , Promotion.*