

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran *Product, Price, Place, Promotion* (4P) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di Warung Makan Kampung Bu Wulan Desa Plosokandang Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” Ini ditulis oleh Hidayatul Lutfiah, NIM. 126405201065, dengan dosen pembimbing Dr. Refki Rusyadi., M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan ketatnya persaingan bisnis ditingkat UMKM dan meningkatnya kebutuhan masyarakat sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan strategi-strategi baru dalam meningkatkan omzet penjualannya. Oleh karena itu pelaku usaha harus menerapkan strategi pemasaran agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan lancar, mampu bertahan serta mampu bersaing dengan pesaing bisnis yang berjalan dibidang yang sama. Selain itu pentingnya memberikan pelayanan yang baik, bertanggung jawab juga dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis yang dijalankan. Dengan menggunakan etika bisnis islam secara tepat dan benar maka akan mendatangkan keberkahan karena bisnis dapat beroprasional secara maksimal berdasarkan ketetapan bisnis secara islam dan dapat menjaga kepercayaan konsumen.

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran 4P dan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam meningkatkan omzet penjualan di Warung Makan Kampung Bu Wulan, sehingga penelitian ini mengambil fokus penelitian sebagai berikut: 1) Bagaimana strategi pemasaran 4p yang telah diterapkan oleh Warung Makan Kampung Bu Wulan ditinjau dari etika bisnis islam? 2) Bagaimana efektivitas penerapan strategi pemasaran 4P dalam meningkatkan omzet penjualan di Warung Makan Kampung Bu Wulan ditinjau dari etika bisnis islam?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara, observasi serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan serta pengecekan keabsahan temuan dengan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Warung Makan Kampung Bu Wulan dalam menjalankan bisnisnya telah menerapkan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Selain itu dalam menjalankan bisnisnya, Warung Makan Kampung Bu Wulan juga menerapkan lima prinsip etika bisnis islam (keesaan, keadilan, kebebasan, tanggung jawab, kebaikan). 2) Strategi pemasaran 4P dan etika bisns islam memberikan dampak yang baik bagi peningkatan omzet penjualan, karena pemilik mampu memberikan layanan yang baik, hingga timbullah pelanggan yang loyal.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran 4P, Peningkatan Omzet Penjualan, Etika Bisnis Islam*

ABSTRACT

Thesis with the title "Product, Price, Place, Promotion (4P) Marketing Strategy in Increasing Sales Turnover at the Bu Wulan Village Food Stall, Plosokandang Village Viewed from Islamic Business Ethics." This was written by Hidayatul Lutfiah, NIM. 126405201065, with supervisor Dr. Refki Rusyadi., M.Pd.I.

This research is motivated by tight business competition at the MSME level and the increasing needs of society, which requires business people to create new strategies to increase their sales turnover. Therefore, business people must implement marketing strategies so that the business they run runs smoothly, is able to survive and is able to compete with business competitors operating in the same field. Apart from that, the importance of providing good, responsible service can also influence the sustainability of the business being run. By using Islamic business ethics appropriately and correctly, it will bring blessings because the business can operate optimally based on Islamic business regulations and can maintain consumer trust.

This research analyzes the 4P marketing strategy and the principles of Islamic business ethics in increasing sales turnover at Warung Makan Kampung Bu Wulan, so this research takes the following research focus: 1) What is the 4P marketing strategy that has been implemented by Warung Makan Kampung Bu Wulan in terms of Islamic business ethics? 2) What is the effectiveness of implementing the 4P marketing strategy in increasing sales turnover at Warung Makan Kampung Bu Wulan in terms of Islamic business ethics?

This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The data sources used are primary and secondary obtained through interviews, observation and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and drawing conclusions and checking the validity of findings using triangulation.

The research results show that: 1) Warung Makan Kampung Bu Wulan in running its business has implemented the 4P marketing strategy (Product, Price, Place, Promotion). Apart from that, in running its business, Warung Makan Kampung Bu Wulan also applies the five principles of Islamic business ethics (oneness, justice, freedom, responsibility, kindness). 2) The 4P marketing strategy and Islamic business ethics have a good impact on increasing sales turnover, because the owner is able to provide good service, resulting in loyal customers.

Keywords: *4P Marketing Strategy, Increase in Sales Turnover, Islamic Business Ethics*