

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen dalam Meningkatkan Penjualan (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)” ini ditulis oleh Muh. Nasrul Baihaqi dengan NIM. 2824133050 yang dibimbing oleh Rokhmat Subagiyo, M.EI

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya pedagang dalam memikat konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan. Dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Namun strategi pemasaran terkadang dilakukan atas dasar prinsip ekonomi konvensional, untuk itu dalam penelitian ini akan diteliti tentang strategi pemasaran dalam perspektif Islam.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi pemasaran pada Toko Vanhelen Tulungagung, (2) untuk mengetahui strategi yang paling efektif dilakukan Toko Vanhelen dalam meningkatkan hasil penjualan, (3) untuk mengetahui strategi pemasaran Toko Vanhelen Tulungagung dalam meningkatkan hasil penjualan ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari Pemilik dan karyawan Toko Vanhelen. Data sekunder yang digunakan berupa buku-buku referensi yang telah ada. Metode pengumpulan data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran yang dilakukan adalah memilih pasar, produk, distribusi dan promosi; (2) strategi pemasaran yang paling efektif dilakukan yaitu promosi, promosi yang dilakukan melalui media sosial dan radio; (3) strategi pemasaran toko Vanhelen dilihat dari perspektif Islam sudah sesuai hal ini dilihat dari produk yang dijual sudah halal, pembeli bisa memilih produk sesuai selera dan dalam promosinya tidak melebih-lebihkan dan tidak menutupi kecacatan produk.

Kata kunci : Strategi Pemasaran,Strategi Efektif, Perspektif Ekonomi Islam.

ABSTRACT

Thesis entitled "Analysis of Vanhelen Store Marketing Strategy in Increasing Sales (Viewed from Islamic Economic Perspective)" was written by Muh. Nasrul Baihaqi with NIM. 2824133050 which advised by Rokhmat Subagiyo, M.EI

This thesis is motivated by the number of competition among entrepreneurs, especially traders to attract consumers so that it can increase sales. And one way is to implement a marketing strategy. Marketing strategy must be done effectively so that sales can increase. Marketing activities generally focus on products, pricing, distributed policies, and promotional ways in which this is known as the marketing mix. Marketing mix activity plays an important role for the survival of a company. However, marketing strategy is sometimes basis of conventional economic principles, for that in this study will be investigated about marketing strategies in the Islamic perspective.

The focus in this research is (1) to know the marketing strategy at Vanhelen Shop Tulungagung, (2) to know the most effective strategy done by Vanhelen Shop in increasing the sales result, (3) to know the marketing strategy of Vanhelen Shop Tulungagung in increasing the sales revenue from Islamic Economic Perspective.

This research is a kind of field research with qualitative approach. The data used are the primary data obtained from the Owners and employees of Vanhelen Shop. Secondary data used in the form of reference books that already exist. Methods of data collection are interviews, documentation and observation

The result of the research shows that (1) marketing strategy is choosing market, product, distribution and promotion; (2) the most effective marketing strategy is promotion, promotion through social media and radio; (3) Vanhelen shop marketing strategy is seen from the perspective of Islamic already according to this matter seen from the products sold already halal, buyers can choose the product according to taste and in promotion is not exaggerate and does not cover product defect.

Keywords: *Marketing Strategy, Effective Strategy, Islamic Economic Perspective.*