

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix* 7P) Berbasis Maqashid Syariah dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Ritel Agung Jaya Desa Kunir” yang ditulis oleh Rendi Ikhwan Nurrochim dengan NIM. 1860405222085, dengan pembimbing Dr. Rois Abin., M. Pd.

Kata kunci: Strategi Bauran Pemasaran 7P, Maqashid Syariah, Volume Penjualan.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan meningkatnya persaingan industri ritel yang menuntut pelaku usaha memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan. Bauran pemasaran (*marketing mix* 7P) menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan, namun dalam perspektif ekonomi Islam strategi tersebut perlu diintegrasikan dengan nilai maqashid syariah agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kemaslahatan. Toko Ritel Agung Jaya di Desa Kunir menjadi objek penelitian karena menghadapi persaingan dan memerlukan strategi pemasaran yang kompetitif sekaligus etis.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix* 7P) yang dilakukan oleh Toko Ritel Agung Jaya dalam meningkatkan volume penjualan; 2) mendeskripsikan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix* 7P) berbasis maqashid syariah dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Ritel Agung Jaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahap kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara umum Toko Ritel Agung Jaya telah menerapkan bauran pemasaran (7P) melalui penyediaan produk yang beragam, penetapan harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, promosi yang sederhana, pelayanan yang ramah, proses transaksi yang mudah, serta dukungan bukti fisik toko yang memadai; 2) Dalam perspektif maqashid syariah, penerapan tersebut diwujudkan melalui penyediaan produk yang halal dan aman, penetapan harga yang adil dan transparan, promosi yang jujur, serta pelayanan yang mengedepankan kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, integrasi strategi pemasaran dan nilai maqashid syariah mampu meningkatkan volume penjualan sekaligus menciptakan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada kemaslahatan.

ABSTRACT

The thesis entitled “Marketing Mix Strategy (7P) Based on Maqashid Sharia in Increasing Sales Volume at Agung Jaya Retail Store in Kunir Village” was written by Rendi Ikhwan Nurrochim NIM: 1860405222085, under the supervision of Dr. Rois Abin, M.Pd.

Keywords: Marketing Mix Strategy 7P, Maqashid Sharia, Sales Volume.

This research is motivated by the increasing competition in the retail industry, which requires business actors to implement effective marketing strategies to improve sales volume. The marketing mix (7P) is one approach that can be applied; however, from an Islamic economic perspective, this strategy needs to be integrated with maqashid sharia values so that it is not only profit-oriented but also aimed at achieving public benefit. Agung Jaya Retail Store in Kunir Village is chosen as the object of this research because it faces competition and requires a marketing strategy that is both competitive and ethical.

This study aims to: (1) describe the marketing mix (7P) strategy implemented by Agung Jaya Retail Store in increasing sales volume; (2) describe the marketing mix (7P) strategy based on maqashid sharia in increasing sales volume at Agung Jaya Retail Store. The research method used is a qualitative approach with a field research type. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed through data condensation, data presentation, and conclusion drawing.

The results of the study show that: (1) in general, Agung Jaya Retail Store has implemented the marketing mix (7P) through providing a variety of products, setting competitive prices, having a strategic location, conducting simple promotions, delivering friendly service, ensuring easy transaction processes, and supporting adequate physical evidence; (2) from the maqashid sharia perspective, this implementation is reflected in providing halal and safe products, setting fair and transparent prices, conducting honest promotions, and offering services that prioritize customer comfort and trust. Thus, the integration of marketing strategies and maqashid sharia values is able to increase sales volume while creating sustainable and benefit-oriented business practices.