

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Akahijab Tulungagung Ditinjau dari Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Reni Listama, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 1742143225, Pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, S.E, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelaku bisnis yang kurang memahami perencanaan strategi pemasaran yang baik. Dan kebanyakan dari pelaku bisnis tersebut banyak yang tidak bertanggung jawab atas barang yang telah diproduksi. Sehingga, tidak sedikit orang yang merasa dirugikan oleh bisnis yang tidak bertanggung jawab itu. Karena, mereka hanya berorientasi pada keuntungan tanpa memikirkan dampak yang telah diberikan oleh orang tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1). Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Akahijab dalam meningkatkan penjualan produk? (2). Apakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Akahijab sudah sesuai dengan syariat Islam? (3). Apa kelebihan dan kekurangan penerapan strategi pemasaran Islami toko Akahijab?.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan cara mewawancara informan di toko Akahijab. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa data-data secara lisan maupun tertulis dari orang atau perilaku yang telah diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan pemasaran Islami di toko Akahijab akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberi makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain menerapkan strategi pemasaran konvensional, toko Akahijab juga menerapkan strategi pemasaran Islami, yaitu strategi pemasaran yang sesuai dengan penerapan karakteristik, praktek pemasaran nabi Muhammad yang terdiri dari *shiddiq, amanah, tabligh dan fathanah*, serta sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yang terdiri dari *Ikhtiar, Manfaat, Amanah, dan Nasihat*.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Islami, Penjualan Produk, Toko Akahijab, Perspektif ekonomi Islam.

## **ABSTRACT**

Thesis entitled "Analysis of Marketing Strategy in Increasing Product Sales At Akahijab Tulungagung Store Viewed from Perspective of Islamic Economy" was written by Reni Listama, Department of Sharia Economics, NIM. 1742143225, Supervisor Hj. Amalia Nuril Hidayati, S.E, M.Sy.

This research is motivated by the many business people who do not understand the planning of a good marketing strategy. And most of the many business people are not responsible for goods that have been produced. So not a little people who feel harmed by irresponsible business. Because they are just profit-oriented without thinking about the impact that the person has.

The formulation of the problem in this research are: (1). How is the marketing strategy done by Akahijab shop in improving the product? (2). Is the marketing strategy undertaken by Akahijab shop in accordance with Islamic Shari'a? (3). What are the advantages and disadvantages of applying Akahijab shop Islamic marketing strategy ?.

The research method used in this research is qualitative, by interviewing informants in Akahijab shop. Field research procedure that produces descriptive data, namely in the form of data orally or in writing from people who or the behavior that has been observed. Therefore in this study any symptoms associated with Islamic marketing in Akahijab shop will be studied thoroughly and deeply and attempted to give a deep meaning of the phenomena found.

The result of research shows that besides applying the conventional marketing strategy, Akahijab shop also implements Islamic marketing strategy that is, marketing strategy which is suitable with the application of characteristic, marketing practice of Prophet Muhammad consisting of shiddiq, amanah, tabligh and fathanah, and in accordance with sharia marketing principles consisting of Efforts, Benefits, Trust and Advice.

*Keywords: Islamic Marketing Strategy, Product Sales, Akahijab Store, Islamic Economic Perspective.*