

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study kasus CV. Renta Jaya Desa Sawo Kec Campurdarat)” ini ditulis oleh Miftakhul Fauziah, Nim. 1742143169, pembimbing Dr. Qomarul Huda,M.Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh strategi bauran pemasaran dapat diterapkan dalam suatu perusahaan, kenyataannya bukan sesuatu hal yang mudah sebab strategi bauran pemasaran merupakan suatu alat atau teknik untuk mencapai tujuan bagi sebuah perusahaan yang berkaitan dengan berbagai faktor. Strategi bauran pemasaran meliputi strategi pemasaran produk, strategi pemasaran harga, stretegi promosi, stretegi tempat. Begitu pula dengan CV Renta Jaya salah satu perusahaan di Tulungagung yang bergerak di bidang industri marmer memiliki strategi bauran pemasaran berdasarkan etika Islam untuk mencapai target dalam usahanya.

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana strategi pemasaran produk CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalm perspektif etika bisnis Islam, 2) Bagaimana strategi pemasaran harga CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalm perspektif etika bisnis Islam, 3) Bagaimana strategi promosi CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalm perspektif etika bisnis Islam, 4) Bagaimana strategi tempat CV Renta Jaya untuk menarik minat konsumen dalm perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah CV Renta Jaya dalam penerapan strategi bauran pemasaran sesuai etika bisnis islam, antara lain dalam strategi pemasran produk kualitas barang dan pengiriman sesuai persetujuan konsumen, strategi pemasaran harga di tetapkan sesuai kualitas barang yang diproduksi dan menjual harga produk sesuai pasaran, strategi promosi yang di terapkan melalui media sosial dan melalui konsumen langsung sesuai dengan kenyataan produk tidak menipu dalam bentuk gambar, strategi tempat memilih lokasi di desa sawo tanah milik sendiri bukan tanah persewaan maupun tanah yang dipersengketakan.

Kata Kunci: *Bauran pemasaran, Etika Bisnis Islam*

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Mix Strategies in Drawing Consumers' Interest in Perspective of Islamic Business Ethics (study case CV Renta Jaya Village Sawo Kec Campurdarat)" was written by Miftakhul Fauziah, Nim. 1742143169, mentors. Qomarul Huda, M.Ag

This research is motivated by marketing mix strategy can be applied in a company, reality is not something easy because marketing mix strategy is a tool or technique to achieve goal for a company related to various factors. The marketing mix strategy includes product insertion strategy, pricing marketing strategy, promotion strategy, place structure. Likewise with CV Renta Jaya one company in Tulungagung engaged in the marble industry has a marketing mix strategy based on Islamic ethics to achieve targets in its business.

The focus of this research is, 1) how product marketing strategy of CV Renta Jaya to attract consumer interest in the perspective of Islamic business ethics, 2) How price marketing strategy of CV Renta Jaya to attract consumer interest in perspective of Islamic business ethics, 3) How promotion strategy of CV Renta Jaya to attract consumer interest in the perspective of Islamic business ethics, 4) How to place CV Renta Jaya's strategy to attract consumer interest in the perspective of Islamic business ethics.

This research uses qualitative approach of descriptive type. Sources of data obtained are primary and secondary data. Data collection techniques with observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this study are CV Renta Jaya in the implementation of marketing mix strategy according to Islamic business ethics, among others in the strategy of product quality and delivery delivery according to consumer approval, price marketing strategy is set according to the quality of goods produced and selling price of products according to the market, which is implemented through social media and through direct consumers in accordance with the fact that the product is not deceptive in the form of drawings, the strategy of choosing the location in the sapodilla village of his own land, not the rented land or the disputed land.

Key words: Marketing mix, Islamic Business Ethics