

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Pada Toko Serba 35.000 di Munjungan Trenggalek (Menurut Perspektif Ekonomi Syariah)**” ini ditulis oleh Diyah Ayu Poespa Mardikarani, NIM. 1742143071, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, yang dibimbing oleh Ibu Dr. Hj. Nur Aini Latifah, M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan bisnis yang semakin bervariasi, pesatnya perkembangan bisnis menuntut setiap perusahaan untuk melakukan aktivitas yang efektif dan efisien agar mereka dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat menjaga kepercayaan konsumen. Ketatnya persaingan yang dihadapi oleh setiap pelaku bisnis, manajemen perusahaan membutuhkan suatu strategi yang baik agar dapat mengantisipasi dampak dari persaingan tersebut. Strategi pemasaran sangat berperan penting dalam menjalankan usaha. Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan mempertukarkan produk dan nilai kepada individu dan kelompok yang lain. Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Toko Serba 35.000 dalam meningkatkan penjualan pakaian di Munjungan Trenggalek?., 2) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Toko Serba 35.000 dalam meningkatkan penjualan pakaian di Munjungan Trenggalek ditinjau dari perspektif pemasaran syariah?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana peneliti mendeskripsikan objek dengan mencatat data yang ada didalam objek penelitian tersebut. Metode pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan metode analisis interaktif. Data yang sudah diperoleh dilapangan selanjutnya dianalisis yang kemudian disajikan secara sistematis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi segmentasi pasar, *targeting*, *positioning* dan *diferensiiasi*. Dalam penerapan segmentasi pasar, Toko Serba 35.000 menyusun segmen pasar dengan 4 segmen. Diantaranya segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi perilaku. Pada Toko Serba 35.000 juga telah di tanamkan karakter-karakter dasar dari pemasaran syariah. Penerapan strategi pemasaran syariah ini juga bisa dijadikan sarana untuk membangun citra yang baik dimata masyarakat. Toko Serba 35.000 memberikan kesan baik kepada para konsumennya dengan mengedepankan sikap tolong menolong dan lebih menanamkan kejujuran dalam melakukan bisnis, karena bisnis bukanlah sebagai ladang keuntungan saja melainkan sarana yang dapat digunakan untuk mempererat tali silaturahmi antar semua umat beragama.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Peningkatan Penjualan.

ABSTRACT

Thesis titled "Analysis of Marketing Strategy in Clothing Sales Increase In Convenience Store Munjungan 35,000 in Psychology (According to Islamic Economic Perspective)" was written by Diyah Ayu Poespa Mardikarani, NIM. 1742143071, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business Islam, IAIN Tulungagung, led by Mrs. Dr. Hj. Nur Aini Latifah, MM

This research is motivated by the rapid development of increasingly varied business, the rapid development of business requires every company to perform activities of an effective and efficient so that they can maintain their existence and to maintain consumer confidence. The intense competition faced by every business, management companies need a good strategy in order to anticipate the impact of such competition. The marketing strategy is very important in running a business. In general, marketing is a social process in which individuals and groups obtain what they need by exchanging products and value to individuals and other groups. The focus of research in this thesis are: 1) How is the marketing strategies are applied Convenience Store 35.000 in increasing the sales of clothing in Trenggalek Munjungan?., 2) How is the marketing strategies are applied Convenience Store 35.000 in increasing the sales of clothing in Trenggalek Munjungan visits from the perspective of sharia marketing?.

This study used a qualitative research method with descriptive approach. Where researchers describe an object by recording the data stored on the research object. The method of collecting data from this study using participant observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis technique used is interactive analysis method. The data have been obtained in the field are then further analyzed systematically presented to derive a conclusion.

The results of the research that has been done is the implementation of a marketing strategy by using the strategy of market segmentation, targeting, positioning and differentiation. In the application of market segmentation, Convenience Store 35000 collate market segments with 4 segments. Among geographic segmentation, demographic segmentation, psychographic segmentation and behavioral segmentation. At 35,000 Department Store has also instilled a basic code of marketing of sharia. The application of sharia marketing strategy can also be used as a means to build a good image in the eyes of society. Convenience Store 35000 gives a good impression to the customers by promoting an attitude of helping and instill honesty in doing business, because the bussines is not as a field of profit alone but a means that can be used to strengthen the relationship beetwen all religious people.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Increase.