

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industri Hanger *Ayam Jago* Tulungagung Perspektif Etika Bisnis Islam ” ini ditulis oleh Prisinsia Ranida, NIM 1742143219, Pembimbing Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh suatu pemikiran bahwa semua organisasi, baik berbentuk badan usaha swasta, badan yang bersifat publik ataupun lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan, tentu mempunyai suatu tujuan sendiri-sendiri yang merupakan motivasi dari pendiriannya. Demikian pula dengan Home Industri Hanger “Ayam Jago” tentu saja memiliki tujuan, strategi dan manajemen dalam meningkatkan penjualannya yang ditinjau dari etika bisnis islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan metode deskriptif. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengecekan ulang untuk mendapatkan data yang diperoleh dan menggunakan teknik triangulasi, dengan tujuan untuk mendapatkan kevalidan data. Setelah itu, menganalisisnya melalui reduksi data dan pembuatan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada home industri hanger *Ayam Jago* Tulungagung lebih ditekankan pada strategi bauran pemasaran yaitu strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yaitu: 1) aspek produk adalah dengan menjaga kualitas produk dan mematenkan merk “Ayam Jago”; 2) Aspek harga adalah harga sesuai kualitas dan tidak ada pembedaan harga antara membeli sedikit atau banyak; 3) Aspek tempat atau distribusi adalah dengan memberikan layanan pesan antar dengan menyediakan kendaraan khusus (*pick up*); 4) Aspek promosi adalah melakukan promosi secara lisan dan diteruskan mulut ke mulut (*word of mouth*).

Adapun strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada home industri hanger “Ayam Jago” Tulungagung perspektif etika bisnis Islam, sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, Ketika kondisi saling ridho antara penjual dan pembeli maka disitu akan terjadi kepuasan pasar, karena terdapat asas saling menguntungkan melalui pemanfaatan produk, harga, distribusi dan promosi.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Penjualan, Etika Bisnis Islam

## ABSTRACT

Thesis with title “Marketing Strategies in Increase Sales at Home Industrial Hanger of *Ayam Jago* Tulungagung Perspective of Islamic Business Ethics” written by Prisinsia Ranida, NIM 1742143219. Advisor: Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is motivated by the idea that all orgaizations, whether in the form of private business entities public bodies or social institutions, certainly have their own goals which are the motivation of is establishment. As well, the Home Industry Hanger “Ayam Jago” of course has a purpose, strategy and management in increasing its sales in terms of islamic business ethics.

This type of research is *field research* using a descriptive method approach. In collecting data, the researcher uses observation, interview, and documentation methods. The researcher checks again to get obtained and use triangulation techniques, with the aim of obtaining validity of the data. After that, analyze it through data reduction and conclusions.

Based on the result of the research, the Marketing Strategies in Increase Sales at Home Industry Hanger of *Ayam Jago* Tulungagung is more emphasized on the marketing mix strategy, namely 4P strategy (*Product, Price, Place, Promotion*), namely: 1) The product aspect is by maintening product quality and patenting the brand *Ayam Jago*; 2) The aspect of price is the price according to quality ad there is no price difference between buying a little or a lot; 3) The aspect of pkace or distribution is to provide delivery services by providing special venicles (pick up); 4) The aspect of promotion is to promote orally and forward mouth to mouth (*word of mouth*).

The Marketing Strategies in Increase sales at home industry hanger of *Ayam Jago* Tulungagung perspective of Islamic business ethics already in accordance with Islamic business ethics, when the condition of mutual peasure between the seller and the buyer there will be market satisfaction, because there is a principle of mutual benefit through the use of products, prices, distribution and promotion.

**Keywords:** Marketing Strategy, Sales, Islamic Business Ethics