ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Strategi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Home Industry Opak Pasir Di Desa Sekoto Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Menurut Persfektif Ekonomi Islam" ini ditulis oleh Muhammad Rifan Alghifari, NIM 126402211034 dengan Pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I

Kata kunci : Strategi Produk, Volume Penjualan, Opak Pasir, Ekonomi Islam, Home Industry.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh home industry opak pasir memiliki potensi yang besar, namun kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran produk menjadikan salah satu alasan produk opak pasir jarang diketahui oleh costumer, pengemasan dan kurangnya penambahan label pada kemasan produk menjadi alasan utama.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi desain yang di terapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada home industri opak pasir di Desa Sekoto,Kecamatan Badas,Kabupaten Kediri menurut prespektif ekonomi islam (2) Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi kualitas produk yang telah di terapkan untuk meningkatkan volume penjualan pada home industri opak pasir di Desa Sekoto, kecamatan Badas,Kabupaten Kediri menurut prespektif islam (3) Untuk mendeskripsikan bagaiamana strategi merk (Brand) yang di terapkan oleh home industry opak pasir di Desa Sekoto, kecamatan Badas, Kabupaten Kediri menurut prespektif islam.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada deskriptif dengan menggunakan beberapa cara serta disajikan secara naratif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara,observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) desain produk Opak Pasir masih sederhana namun memiliki potensi untuk dikembangkan agar lebih menarik di mata konsumen, tanpa mengabaikan prinsip kesederhanaan dan kehalalan dalam Islam. (2) Kualitas produk dijaga melalui pemilihan bahan baku yang berkualitas dan proses produksi yang higienis, sesuai dengan anjuran Islam untuk menghasilkan produk yang baik (thayyib). (3) Strategi merek dilakukan dengan menjaga citra positif, kejujuran dalam promosi, serta membangun loyalitas konsumen dengan pelayanan yang ramah dan baik.

ABSTRACT

The thesis with the title "Product Strategies to Increase Sales Volume of Opak Pasir Home Industry in Sekoto Village, Badas District, Kediri Regency According to the Perspective of Islamic Economics" was written by Muhammad Rifan Alghifari, NIM 126402211034 with Supervisor Dr. Suminto, M.Pd.I

Keywords: Product Strategy, Sales Volume, Opak Pasis, Islamic Economy, Home Industry.

This research is based on the fact that the home industry has great potential, but the lack of knowledge about product marketing strategies makes one of the reasons why opak sand products are rarely known by customers, packaging and lack of adding labels to product packaging are the main reasons.

This study aims to (1) To describe how the design strategy is applied to increase sales volume in the opak sand industry home in Sekoto Village, Badas District, Kediri Regency according to the perspective of Islamic economics (2) To describe how the product quality strategy that has been applied to increase sales volume in the opak sand industry home in Sekoto Village, Badas District, Kediri Regency According to an Islamic Perspective (3) To describe how the brand strategy is applied by the sand opak home industry in Sekoto Village, Badas District, Kediri Regency according to an Islamic perspective.

The method used in this study is to use qualitative research methods. Qualitative research is research that emphasizes descriptive using several methods and presented narratively. Data collection was carried out by interview, observation, and documentation methods. The data analysis technique used in this study uses triangulation techniques.

The results of the study show that (1) the design of Opak Pasir products is still simple but has the potential to be developed to be more attractive in the eyes of consumers, without ignoring the principles of simplicity and halal in Islam. (2) Product quality is maintained through the selection of quality raw materials and hygienic production processes, in accordance with Islamic recommendations to produce good products (thayyib). (3) Brand strategy is carried out by maintaining a positive image, honesty in promotion, and building consumer loyalty with friendly and good service.