

ABSTRAK

Nurul Istiqomah, NIM (211256), mengadakan penelitian tentang “Studi Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Ritel Pada Minimarket Java Mart di Desa Cangkring Pos Kec. Karang Anyar Kab. Demak Ditinjau dari Perspektif Bisnis Syariah” . Disusun guna memenuhi tugas akhir perkuliahan dalam rangka memperoleh gelar sarjana strara satu (S1) Ilmu Syariah Program studi Manajemen Bisnis Syariah

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yakni tentang strategi pemasaran bisnis ritel pada Java Mart di Desa Cangkring Pos, bagaimana strategi pemasaran bisnis ritel pada Java Mart ditinjau dari perspektif bisnis syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bisnis ritel di desa Cangkring pos Kec. Karang anyar Kab. Demak, untuk menganalisis strategi pemasaran bisnis ritel ditinjau dari perspektif bisnis syariah. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, selanjutnya teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun wawancara yang peneliti lakukan adalah mewawancarai langsung kepada pemilik bisnis ritel dan karyawannya. Uji keabsahan data, peneliti mengacu pada triangulasi, perpanjang pengamatan. Kemudian dalam teknik analisis data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan data verifikasi (*conclusion drawing*) dengan menggunakan teknik analisis model Miles dan Hiberman.

Hasil penelitian ditemukan bahwa strategi pemasaran bisnis ritel pada Minimarket Java Mart di Desa Cangkring Pos Kec. Karang Anyar Kab. Demak, diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Java Mart menggunakan perumusan pemasaran (*Segmenting, targeting, dan positioning*), dan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix (product, price, promotion, and place)*. *Syariah marketing* yang diterapkan pada strategi bisnis ritel Java Mart antara lain: teitis (*Rabbaniyyah*) dapat diartikan *religious*, etis (*Akhlaqiyyah*) sopan santun, dan beretika dalam melayani konsumen, realistis (*Al-waqiyyah*) yang dimaknai dengan sikap rendah hati, dan memberikan rasa silaturahmi kepada distributor maupun konsumen, humanistis (*Insaniyyah*) karakteristik yang tidak melakukan penipuan saat melakukan penjualan dan promosi. Dari strategi pemasaran yang dilakukan, dapat dipahami bahwa, strategi yang ada telah mengalami peningkatan dalam usaha yang dilakukan oleh pemilik bisnis ritel Java Mart.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bisnis Ritel, Bisnis Syariah.