

ABSTRAK

Nofita Nur Hidayah, 1820310098, judul skripsi Implementasi Strategi Marketing Mix Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Usaha Ritel Tanaman Hias Sekar Jaya Nursery Pati).

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi strategi *marketing mix* yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT Pada Usaha Ritel Tanaman Hias Sekar Jaya Nursery Pati. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis tinjauan perspektif bisnis Islam Pada strategi *marketing mix* di Usaha Ritel Tanaman Hias Sekar Jaya Nursery Pati.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Sumber data primer dan sekunder serta menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari informan terkait dengan permasalahan penelitian yaitu pemilik usaha, karyawan, dan konsumen.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa: 1) Strategi yang dapat digunakan usaha ritel tanaman hias Sekar Jaya Nursery berdasarkan matriks SWOT yaitu melakukan pengembangan dan menambah keberagaman produk, melakukan perluasan target pasar yang akan dituju, meningkatkan kerjasama dengan beberapa pihak terkait, menjaga kualitas dan selalu meningkatkan pelayanan dengan baik. 2) Usaha ritel tanaman hias Sekar Jaya Nursery dalam menerapkan pemasaran syariah yaitu teistis (*Rabbaniyyah*) dengan memberikan produk yang berkualitas dan promosi dilakukan untuk mencapai target pasar yang lebih luas. Karakteristik etis (*Ahlaqiyyah*) yaitu melayani konsumen dengan maksimal, realistis (*Al-Waqi'iyah*) selalu menjaga penampilan karyawan dan menerapkan sifat jujur pada karyawannya dan humanistis (*Al-Insaniyyah*) tidak mengedepankan laba.

Kata Kunci: Strategi Marketing Mix, Analisis SWOT, Pemasaran Syariah.

ABSTRACT

Nofita Nur Hidayah, 1820310098, thesis title Implementation of a Marketing Mix Strategy Using SWOT Analysis In an Islamic Business Perspective (Case Study on the Retail Business of Sekar Jaya Nursery Pati).

This study aims: 1) To find out and analyze the implementation of the right marketing mix strategy using SWOT analysis in the Ornamental Plant Retail Business of Sekar Jaya Nursery Pati. 2) To find out and analyze the perspective of Islamic Business on the marketing mix strategy in the Ornamental Plant Retail Business of Sekar Jaya Nursery Pati.

This research method uses qualitative methods with case studies. Sources of primary and secondary data and using the methods of observation, interviews, and documentation obtained from informants related to research problems, namely business owners, employees, and consumers.

The results of this study show that: 1) Strategies that can be used by the Sekar Jaya Nursery ornamental plant retail business based on the SWOT matrix are developing and increasing product diversity, expanding the target market to be addressed, increasing collaboration with several related parties, maintaining quality and always improve service properly. 2) Sekar Jaya Nursery ornamental plant retail business in implementing sharia marketing, namely theistic (Rabbaniyyah) by providing quality products and promotions are carried out to reach a wider target market. Ethical characteristics (Ahlaqiyyah) are serving consumers to the maximum, realistic (Al-Waqi'iyah) always maintaining the appearance of employees and applying honest nature to their employees and being humanistic (Al-Insaniyyah) not prioritizing profit.

Keywords: Marketing Mix Strategy, SWOT Analysis, Sharia Marketing.