

ABSTRAK

Analisis Strategi Bauran Pemasaran Syariah Pada Usaha Sarung Batik Al Hazmi Kudus Oleh Muhammad Syafiq Noor, NIM. 1820310027.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena banyaknya peminat dari sarung batik yang mengakibatkan terjadinya peningkatan persaingan bisnis antar industri batik. Dengan adanya permasalahan tersebut, pemilik industri sarung Batik Al-Hazmi berupaya untuk menerapkan strategi bauran pemasaran syariah sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran syariah yang dilakukan Al-Hazmi. Kedua, untuk mengetahui faktor utama dari strategi bauran pemasaran syariah yang paling dominan di Al-Hazmi.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen Sarung Batik Al-Hazmi. Teknik pengumpulan data didapatkan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk keabsahan data menggunakan uji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi. Kemudian dalam menganalisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa: 1) Pelaksanaan bauran pemasaran syariah di Al-Hazmi meliputi penerapan *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* sudah sesuai dengan syariah dan cukup baik pelaksanaannya, namun ada beberapa variabel yang masih belum optimal pelaksanaannya seperti lokasi yang kurang strategis dan sarana fisik yang belum terpenuhi secara optimal. 2) Strategi produk menjadi strategi yang paling dominan di Al-Hazmi dalam melakukan pemasaran. Dengan memberikan produk yang berkualitas, motif serta pewarnaan tidak pasaran menjadikan ketertarikan tersendiri bagi Al-Hazmi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Strategi Bauran Pemasaran Syariah