

ABSTRAK

Rizqi Lailatul Maulida, NIM: 1820310105, “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Azwa Collection Ngemplak Kidul Margoyoso Pati”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada Azwa Collection. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dengan jenis penelitian kualitatif. Penyimpulan data dengan metode wawancara, observasi kemudian menjabarkan secara jelas mengenai strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan volume penjualan pada Azwa Collection Ngemplak Kidul Margoyoso Pati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam meningkatkan volume penjualan Azwa Collection menerapkan tiga model yaitu pertama mengenai segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar, kedua mengenai strategi yang menyangkut bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*), ketiga strategi pemasaran syariah berupa teitis, etis, realistis dan humanistik. Selain itu, juga menerapkan etika bisnis Islam, yaitu mencontoh sifat-sifat Rasulullah dalam berbisnis seperti sifat *shiddiq, amanah, fathanah, tabligh*. Kelebihannya adalah lokasi tempat pemasaran yang strategis, adanya hak *khiyar ‘aib* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan akad karena ditemukan adanya cacat pada barang), pelayanan yang ramah kepada konsumen, menciptakan produk yang berbeda dengan usaha sejenis untuk konsumen, menyediakan fasilitas layanan pesan antar (*delivery order*). Kekurangannya adalah toko yang kurang luas dan belum terdapat cabang, tidak adanya kamera pengawas (CCTV) dan terkendalanya sistem layanan pesan antar.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Strategi pemasaran syariah, Volume penjualan

ABSTRACT

Rizqi Lailatul Maulida, NIM: 1820310105, “Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Azwa Collection Ngemplak Kidul Margoyoso Pati”

This study aims to analyze the marketing strategy of the Azwa Collection. This study uses a phenomenological approach with a qualitative type of research. The data is concluded by using interviews, observation and explaining clearly the sharia marketing strategy in increasing sales volume at Azwa Collection Ngemplak Kidul Margoyoso Pati.

The results show that Azwa Collection in increasing sales volume applies three paradigms, namely first regarding market segmentation, target market and market position, secondly regarding the strategy the 4P marketing mix (product, price, place, promotion), the third sharia marketing strategy in the form of theoretical, ethical, realistic and humanistic. In addition, it also applies Islamic business ethics, namely imitating the characteristics of the Prophet in doing business such as the nature of Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh. The advantages are a strategic marketing location, there is a khiyar ‘disgrace right (the right to hold or cancel the contract because a defect is found in the goods), friendly service to consumers, creating products that are different from similar businesses for consumers, providing delivery service facilities (delivery orders). The drawbacks are that the store is not wide enough and there are no branches, no surveillance cameras (CCTV) and problems with delivery service system.

Keywords: Marketing Strategy, Sharia Marketing Strategy, Sales Volume