

## ABSTRAK

### **Susi susanti. NIM. 195210017. Analisis Strategi Pemasaran Uliq Food Pedawang Kudus dalam Perspektif Ekonomi Islam.**

Penulisan skripsi ini bertujuan agar mengetahui strategi pemasaran, kelebihan serta kekurangan strategi pemasaran, dan implementasi strategi pemasaran Uliq Food Pedawang Kudus dalam perspektif ekonomi islam. Selan secara teori, strategi pemasaran perlu diaplikasikan dalam dunia bisnis secara nyata. Berhasil ataupun tidak, strategi pemasaran bisa menjadi tempat untuk evaluasi kedepannya

Metode kualitatif deskriptif dijadikan instrumen dalam mengupas penelitian ini. Observasi serta teknik wawancara akan menunjang penelitian ini. Landasan teori strategi pemasaran merumuskan sebuah pemikiran untuk diaplikasikan dalam keseluruhan aktifitas ekonomi perusahaan agar mencapai cita-cita perusahaan dan untuk keberlangsungan hidup perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Uliq Food dalam perspektif ekonomi islam? (2) Bagaimana implementasi strategi pemasaran Uliq Food Pedawang Kudus dalam perspektif Ekonomi Islam ? (3) Apa kelebihan dan kekurangan penerapan strategi pemasaran Islami Uliq Food?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Uliq Food secara garis besar meliputi empat aspek, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi dan strategi distribusi. Secara keseluruhan strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan meningkatkan keuntungan. Strategi pemasaran Uliq Food dari perspektif ekonomi Islam didasarkan pada keyakinan bahwa pemilik sebagai manusia harus menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Islam. Sikap ekonomi Islam yang melandasi strategi pemasaran Uliq Food meliputi sikap etis, realistis, serta humanitis.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Ekonomi Islam, Studi Kasus Uliq Food Pedawang Kudus.*