

ABSTRAK

Dilla Erfiana Rahmawati, 1950110047, Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha Penjualan di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Sinar Mebel Jepara).

Untuk meningkatkan daya saing penjualan, pemilik Sinar Mebel Jepara telah menerapkan beberapa strategi pemasaran yang dianggap efektif. Beberapa strategi tersebut telah terbukti berhasil dalam mengembangkan usahanya, antara lain melalui promosi di media sosial, peningkatan kualitas produk, dan pencarian inspirasi baru untuk menarik pembeli. Riset ini tujuannya untuk: 1) Mengetahui implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Sinar Mebel Jepara, dan 2) Menilai upaya peningkatan daya saing usaha tersebut dari perspektif Ekonomi Islam.

Riset ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data utama berupa 1 orang pemilik, 3 orang tukang kayu, tukang besi/stainless, dan tukang finishing, serta 2 orang pembeli. Sumber data sekunder berasal dari buku dan jurnal yang mendukung penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi dan observasi.

Setelah analisis data, penelitian ini menghasilkan dua temuan utama. Pertama, Sinar Mebel Jepara telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing penjualan yaitu dengan menerapkan 4P yang terdiri *product*, *price*, *promotion* dan *place* yang dikombinasikan dengan segmentasi, targeting dan *positioning* yang dilakukan oleh Sinar Mebel untuk meningkatkan daya saing penjualannya. Kedua, strategi pemasaran tersebut dinilai dari perspektif Ekonomi Islam untuk mengevaluasi sejauh mana usaha tersebut sesuai dengan syariat ekonomi Islam.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Meningkatkan daya saing penjualan menurut ekonomi Islam.