

NAMA : FRENKY MAULANA
PRODI : EILK/B
JUDUL SKRIPSI : MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK MAKANAN
TANPA LABEL HALAL (Studi Analisis Ekonomi Islam
di Pasar Modern Hypermart Kudus)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perencanaan, strategi dan pelaksanaan pemasaran produk tanpa label halal di pasar modern Hypermart Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif Analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif deskriptif ini adalah secara induktif, tidak dimulai dari deduksi teori tetapi dimulai dari pengalaman empiris.

Hasil dari penelitian ini adalah: Hypermart dalam merencanakan pemasaran produk tanpa label halal pada dasarnya hanya merupakan produk pelengkap saja untuk mendukung produk-produk yang lain dan sebagai tolak ukur supermarket terlengkap. Produk tanpa label halal bukan merupakan produk berorientasi pada profit utama perusahaan, akan tetapi perusahaan selalu berupaya keras untuk selalu mengejar sales produk tanpa label halal. Adapun dalam penggunaan strateginya pihak manajemen melakukan segmentasi pasar, target pasar dan diferensiasi posisi dan produk tanpa label halal. Adapun segmentasi pasar produk tanpa label halal di hypermart adalah masyarakat non muslim menengah ke atas dengan menggunakan beberapa macam produk andalan hypermart Kudus dibantu posisi strategi hypermart yang ada di pusat pemukiman, kantor dan kota. Dalam pelaksanaan pemasaran produk tanpa label halal hypermart dilakukan perencanaan, dan pemilihan strategi dari awal untuk membantu menentukan pasar dan target pasar atas produk tanpa label halal yang akan dibuat. Di Kudus sendiri dengan tingkat toleransi yang tinggi penjualan produk untuk masyarakat non muslim masih terbuka lebar meskipun pencapaian targetnya dilihat dari keseluruhan produk.

Kata Kunci: manajemen, pemasaran, produk tanpa label halal.