

ABSTRAK

Saefurrijal, 1320320029, “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mebel dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UD. Putra Mandiri Ploso Karangtengah Demak)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran usaha mebel UD Putra Mandiri dalam perspektif ekonomi Islam, serta strategi pemasaran UD. Putra Mandiri dalam merebut persaingan pasar.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dalam penelitian ini yaitu perusahaan mebel UD. Putra Mandiri Ploso Karangtengah Demak. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Putra Mandiri telah menjalankan strategi pemasaran *Marketing Mix* dan teknik STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning) dalam penentuan pasar sasarnya. Berdasarkan hasil analisis *Marketing Mix*, diketahui bahwa pengaplikasian product, price, promotion dan place ini sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah, dimana produk yang dijual tidak haram, harganya tidak memberatkan konsumen, promosinya menggunakan metode pemasaran yang tidak dilarang dalam Islam, dan proses pendistribusian produk terbilang lancar. Sedangkan STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) yang digunakan untuk merebut persaingan pasar adalah dengan cara memanfaatkan citra positif perusahaan, melalui promosi dari mulut ke mulut, mempertahankan kualitas produk dan pelayanan, serta memperluas jaringan distribusi.