

ABSTRAK

Sulaeman Jamal, NIM 1520320024, “Strategi Pemasaran Syari’ah Produk Amtsilati Water Pondok Pesantren Darul Falah Di Masa Pandemi”, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari’ah IAIN Kudus, 2021.

CV. Amtsilati Water merupakan salah satu unit perusahaan AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) milik Pondok Pesantren Darul Falah Amtsilati yang ada di Kabupaten Jepara. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan deskripsi mendalam mengenai strategi *marketing* dan pemasaran syari’ah yang digunakan oleh CV. Amtsilati Water dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini memiliki dua rumusan masalah, yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran syari’ah produk Amtsilati Water Pondok Pesantren Darul Falah di masa pandemi ? dan 2) Apakah ada faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam strategi pemasaran syari’ah produk Amtsilati Water di masa pandemi ?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field research* yang disajikan secara deskriptif kualitatif. Sumber data yang diperoleh dari data primer yaitu wawancara kepada Divisi Administrasi, Divisi Pemasaran, Divisi Produksi, Divisi Pengiriman, serta agen CV. Amtsilati Water; dan data sekunder, yaitu data dari laporan maupun akun media sosial CV. Amtsilati Water. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri atas tiga tahap, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (*verification*).

Dari hasil penelitian, strategi *marketing mix* yang digunakan terdiri dari: produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi. Pemasaran syari’ah tidak tertulis sebagai visi dan misi, namun dalam pelaksanaannya CV. Amtsilati Water telah menerapkan kaidah-kaidah pemasaran syari’ah, seperti: menerapkan nilai kejujuran, keadilan dalam melakukan transaksi jual beli dan kegiatan operasional yang bersifat transparan. Faktor pendukung yang dimanfaatkan CV. Amtsilati Water dalam mengembangkan usaha, yaitu: 1) ketersediaan stok bahan baku; 2) lokasi yang strategis; 3) kepuasan agen atau konsumen; dan 4) teknologi. Faktor penghambat yang dihadapi CV. Amtsilati Water dalam mengembangkan usaha, ialah 1) saluran distribusi, terkendala proses izin BPOM; 2) faktor cuaca seperti hujan yang menghambat proses distribusi; dan 3) keterbatasan dalam stok produk karena belum adanya gudang stok khusus.

Kata Kunci: *Marketing*, Pemasaran Syari’ah, CV. Amtsilati Water.