

ABSTRAK

Khilda Fitri Linasari. NIM. 1420310039. Studi Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Iqbal *Collection* Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk Iqbal *Collection*. Untuk mengetahui dan menganalisis kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk Iqbal *Collection*.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Subjek penelitian ini merupakan manajer, pemilik dan pembeli produk pada Iqbal *Collection*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah data *reduction*, data *display*, *conclusion drawing/verification*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan produk Iqbal *Collection* menggunakan 4 aspek utama. Aspek produk pada sikap *shiddiq* dalam pemasaran yaitu Iqbal *Collection* benar-benar menjual produknya sendiri. Pada aspek harga pada sikap *amanah* konsumen dapat mempercayai Iqbal *Collection* untuk harga dan kualitas. Pada aspek promosi pada sikap *fathanah* pemilik bukan hanya mempromosikan seragam sekolah namun pemilik juga mempromosikan koko, pada sikap *tabligh* pemilik melakukan promosi produknya ke masyarakat. Pada aspek saluran distribusi dengan berlandaskan pada sikap *tabligh* Iqbal *Collection* menjual produknya melewati produsen-produsen pasar kliwon. Kelebihan strategi pemasaran perspektif syariah dalam meningkatkan penjualan yaitu Iqbal *Collection* menetapkan harga yang terjangkau untuk menarik minat konsumen, Iqbal *Collection* memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, semangat kerja karyawan Iqbal *Collection* yang tinggi menjadikan produk cepat dalam proses produksinya. Kekurangannya yaitu kadang saat pesanan sedang banyak pengerjaan produk kadang melebihi batas waktu yang dijanjikan dan manajemen keuangan yang belum tertata dengan baik sehingga masih bercampur antara dana modal dengan dana pribadi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan Produk, Manajemen Bisnis Syariah.