

## ABSTRAK

Ahmad Lukas (15420310141), “**Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Studi Kasus Warkoba Coop**”. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis di IAIN Kudus.

Setiap manusia tercipta untuk menjadi seorang pemimpin. Sebagai seorang pemimpin tentunya haruslah memiliki kepemimpinan yang tepat. Baik itu laki-laki atau perempuan semua memiliki hak dan kemampuan yang sama untuk menjadi pemimpin. Penelitian ini memiliki tujuan: 1. Untuk mengetahui strategi marketing syariah dalam meningkatkan penjualan di Warkoba Coop, 2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi marketing syariah Warkoba Coop.

Penelitian ini merupakan penelitian yang tergolong dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian dengan pendekatan Kualitatif. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung untuk memperoleh data tentang Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Penjualan di Warkoba Coop. Penelitian ini menggunakan Study Kasus, dimana peneliti melakukan pengamatan terhadap perilaku objek pada fokus penelitian peneliti. Hal ini guna mengetahui proses pelaksanaan Strategi marketing syariah dalam meningkatkan penjualan, studi kasus Warkoba Coop.

Hasil penelitian yang peneliti temukan yaitu, 1. Warkoba secara garis besar menerapkan setrategi marketing syariah dalam proses marketingnya.. Dalam setrategi marketing, warkoba selalu melandasinya dengan nilai-nilai Islam yang dimanifestasikannya dalam tindakan sosial dalam proses marketing, 2. Pada pelaksanaan setrategi marketing syariah di Warkoba Coop memiliki, Kelebihan: Ideogi ataupun prinsip yang sudah menjadi komitmen bersama baik dari pendiri, dan juga pelaksana saat ini, Dukungan dari organisasi yang biasa nongkrong dan merupakan pelanggan tetap Warkoba juga mampu menarik pelanggan lain untuk ikut menjadi pelanggan dan juga mengenalkan nama Warkoba di Wilayah Kudus, Kerjasama yang baik antara Ouner, Tim Marketing, dan juga Karyawan yang bekerja di Warkoba, marketing syariah yang menarik mampu mengundang simpati banyak orang untuk mampu bersama-sama membantu warkoba dengan sendirinya sehingga nama Warkoba semakin dikenal dan tentunya berimbas pada meningkatnya penjualan yang ada di Warkoba, Kekurangan: Kesibukan dari tim yang ada di Warkoba, Kebutuhan akan rasa ikhlas dan syukur yang lebih, yang terkadang susah diusahakan, Emosional tim Marketing Warkoba yang terkadang tidak stabil.

**Kata Kunci:** *Setrategi Marketing Syariah, Penjualan, Warkoba Coop*