

ABSTRAK

Ridhoni Silatur Rohim, 1820210156, Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Cilok Dara Franchise di Desa Pelemgede Pucakwangi Pati).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran bisnis dan implementasi pemasaran bisnis kuliner pada Cilok Dara Franchise dalam perspektif ekonomi syariah. Sehingga dapat diketahui dengan jelas bagaimana strategi pemasaran dan implementasi pemasaran pada Cilok Dara Franchise.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian serta pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari responden (Bapak Prisdianto dan Nani Farani selaku pemilik Cilok Dara Franchise), serta para mitra dan agen yang memasarkan produk Cilok Dara Franchise. Pemilihan responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan atau pengambilan data secara langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari yaitu pemilik dari Cilok Dara Franchise.

Hasil penelitian menunjukkan: 1. Strategi pemasaran yang dilakukan Cilok Dara Franchise sudah bisa dikatakan berhasil dalam meningkatkan penjualan, dan telah melakukan pemasaran dengan konsep syariah. Strategi pemasaran yang dilakukan Cilok Dara Franchise yaitu dengan memilih pasar yang dituju, yakni dengan menggunakan strategi segmentasi, targetting, dan positioning. juga mengembangkan marketing mix (bauran pemasaran), 2. Implementasi pemasaran yang dilakukan Cilok Dara Franchise telah menggunakan prinsip ekonomi syariah yang ditunjukkan dengan kegiatan usaha tersebut sudah sesuai hukum-hukum syariah di bidang pemasaran dalam mencapai tujuan dan sasaran di masa yang akan datang.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan, Ekonomi Syariah.*