



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul. “**Strategi Pemasaran pada Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Prespektif Ekonomi Islam**”. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan menurunnya penjualan dari tahun ke tahunnya, meskipun telah melakukan segala upaya masih saja tidak mengalami perkembangan atau bahkan penjualannya mengalami penurunan. Penelitian ini dilakukan pada Usaha Rengginang Ubi Mekar Sari, Desa Kemuning Muda, Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan , apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dilakukan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan penjualan , bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, 5 karyawan usaha rengginang ubi Mekar Sari yang berjumlah 2 orang sebagai karyawan tetap dan 3 orang sebagai karyawan tidak tetap, jadi keseluruhan populasi berjumlah 6 orang. Karena jumlah populasi yang relatif sedikit maka penulis mengambil sampel dari seluruh jumlah populasi yaitu dengan menggunakan teknik *total sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah Strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha rengginang ubi Mekar Sari Desa Kemuning Muda menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu harga, produk, promosi, dan lokasi atau tempat. Faktor pendukung dalam peningkatan penjualan rengginang ubi Mekar Sari adalah bahan baku, penambahan modal, alat pengering (cuaca) dan Kemudahan mencari tenaga kerja. Sedangkan, faktor penghambatnya adalah minat masyarakat, keterbatasan dalam penggunaan alat untuk mempromosikan barang, produk yang sama. Tinjauan ekonomi Islam mengenai upaya meningkatkan penjualan rengginang ubi Mekar Sari dengan konsep bauran pemasaran secara umum telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Hal tersebut terlihat dari kegiatan pemasaran yang jujur, transparansi dan tidak menimbulkan ketidaktahuan (*jualah*) dan gharar terhadap produk, harga, tempat dan promosi yang dipasarkan oleh perusahaan.