UIN SUSKA RIAU
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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau, Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Eko Nurhadi (2018): ***Penerapan Strategi Pemasaran Barang-Barang Konveksi Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Toko Erbog Serta 26 Store).***

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan penjualan terhadap produk yang ditawarkan oleh toko Erbog dan telah melakukan strategi pemasarannya dengan mempromosikan produknya melalui media sosial dan penyebaran brosur, sedangkan pada toko 26 Store mengalami peningkatan dalam penjualannya dengan mempromosikan produknya melalui media sosial.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada toko erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan strategi pemasaran barang-barang konveksi pada toko erbog dan 26 store dalam meningkatkan penjualan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini berjumlah 94 orang konsumen, yaitu pada toko Erbog 34 orang konsumen rata-rata setiap bulannya dan di toko 26 Store 60 orang konsumen rata-rata setiap bulannya,sebagai sampel penulis mengambil sebanyak 76 orang konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, angket dan dokumentasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer data yang diperoleh langsung dari para konsumen. Data sekunder data yang diperoleh dari buku-buku,dokumen serta literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini. Dalam menganalisis data penulis menggunakan metode *deskriptif kualitatif* yaitu mengungkapkan uraian atau fakta yang ada kemudian diteliti dan dianalisa data secara cermat untuk dituangkan ke dalam bentuk tulisan.

Hasil dari penelitian ini Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Erbog dalam memasarkan produknya sudah baik. Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh toko Erbog termasuk dalam kategori kuat dengan perolehan hasil persentase sebesar 74,34%, karena dari penilaian kategori kuat berada pada rentan 61%-80%. Sedangkan pada toko 26 Store dalam memasarkan produknya sudah sangat baik, penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh 26 Store termasuk dalam kategori sangat kuat dengan perolehan hasil persentase sebesar 81,57%, karena dari penilaian kategori sangat kuat berada pada rentan 81%-100%.

Adapun tinjauan aspek ekonomi syariah terhadap penerapan strategi pemasaran pada toko Erbog dan 26 Store dalam meningkatkan penjualan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi islam, karena harga dan kualitas produk di toko Erbog dan 26 Store sesuai dengan kebutuhan konsumen serta bahan produk yang digunakan tidak ada unsur zat yang membahayakan, hanya saja dalam aspek tempat yang kurang strategis dan promosi pada toko Erbog kurang maksimal, sedangkan pada toko 26 Store pada aspek tempat yang strategis dan juga pada aspek promosi yang baik, yaitu dengan selalu memposting produk barunya di media sosial.