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
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Dalilati Gassani (2018): Strategi Pemasaran Barang Bekas Peralatan Rumah Tangga untuk Peningkatan Penjualan Pedagang di Kota Tembilahan ditinjau Menurut Ekonomi Islam

Penulisan ini dilatar belakangi oleh strategi pemasaran yang dilakukan para pedagang barang bekas peralatan rumah tangga, dimana untuk memasarkan barang tersebut pedagang menggunakan media sosial seperti *Facebook, whatsapp, instagram* dan dari mulut ke mulut. Kebanyakan pembeli lebih tertarik langsung datang ketempat melihat barang ketimbang melalui media sosial. Adapun masalah yang ada dalam penelitian ini secara umum yaitu masyarakat tembilahan lebih banyak memilih berbelanja dan membeli barang bekas daripada barang baru karena mereka menganggap bahwa kualitas barang bekas lebih bagus karena kebanyakan barang bekas tersebut adalah barang impor dari luar negeri dan harganya lebih bisa dijangkau oleh masyarakat umum.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran barang bekas peralatan rumah tangga di kota Tembilahan, selain itu untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran barang bekas peralatan rumah tangga, serta untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran barang bekas peralatan rumah tangga di kota Tembilahan.

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research)*. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang barang bekas peralatan rumah tangga di kota Tembilahan sebanyak 18 pedagang. Pengambilan sampel dilakukan dengan tekhnik Total Sampling yaitu 18 responden. Sedangkan tekhnik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, angket, dokumentasi, dan studi pustaka.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran penjual barang bekas peralatan rumah tangga di kota Tembilahan belum membaik sehingga penjual harus melakukan strategi agar pembeli tertarik untuk membeli barang bekas. Disamping itu terdapat pula faktor pendukung dalam strategi pemasaran yaitu usaha barang bekas peralatan rumah tangga merupakan usaha yang menjajikan sehingga banyak penjual bergantung hidup dari usaha ini. Sedangkan faktor penghambat yaitu susahnya barang masuk ke penjual, sehingga barang yang dicari pembeli susah didapatkan tetapi itu tidak menjadi masalah bagi penjual. Menurut tinjauan ekonomi Syariah terhadap strategi pemasaran barang bekas peralatan rumah tangga di kota Tembilahan, dilihat dari indikator Produk, Harga, dan Promosi sudah sesuai dnegan prinsip syariat Islam namun jika dilihat dari indikator Tempat masih kurang sesuai dengan Syariat Islam karena tempatnya kurang strategis dan tidak tersedianya lahan parkir untuk kendaraan bermotor.