

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul: **Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang Ditinjau Menurut Prespektif Ekonomi Islam.**

Skripsi ini dilatar belakangi oleh strategi pemasaran yang digunakan para pengusaha *Home Industry* keripik nenas di Kecamatan tambang belum efektif hal ini dapat dilihat dari gejala-gejala seperti: (1). Keterbatasan pengetahuan untuk mengelola bisnisnya secara lebih profesional. (2). Rendahnya kapasitas produksi, rendahnya omset penjualan yang diperoleh, kurangnya inovasi produk yang dihasilkan, serta semakin ketatnya persaingan dalam bisnis tersebut. (3). Sebagian para pengusaha masih mengandalkan sistem distribusi pemasaran semi langsung dengan cara menjual barang ke pengecer dan pengecer menjual kepada konsumen.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, (1). Bagaimana Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang, (2). Apa saja Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Pemasaran Produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang, (3). Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang berlokasi di Kecamatan Tambang. Penelitian ini bertujuan: (a). Untuk mengetahui strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang. (b). Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran produk *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang. (c). Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran *Home Industry* Keripik Nenas di Kecamatan Tambang.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 10 Orang, dari populasi yang ada maka penulis menjadikan seluruh populasi sebagai sampel dengan menggunakan metode *Total Sampling*. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan penulis yaitu metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, Strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pengusaha *home industry* keripik nenas di Kecamatan Tambang antara lain, dari segi produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan mutu yang bagus, harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat, promosi dilakukan secara lisan dan melalui periklanan serta distribusi yang dilakukan secara langsung kepada konsumen maupun tidak langsung kepada agen-agen pengecer.

Faktor pendukung dari adanya *home industry* keripik nenas Di Kecamatan Tambang adalah bahan baku, pelanggan, kemajuan dalam teknologi, serta lokasi usaha yang cukup strategis. Sedangkan faktor penghambatnya adalah modal, kondisi perekonomian masyarakat, pendapatan yang tidak menentu serta kurangnya pengetahuan akan media online.

Strategi pemasaran yang dijalankan oleh para pengusaha *home industry* keripik nenas di Kecamatan Tambang tidak bertentangan dengan Ekonomi Islam baik dari aspek produk, harga, promosi dan distribusi. Hanya saja dari segi promosi yang dilakukan belum sepenuhnya sesuai dengan sistem Ekonomi Islam, karena mereka tidak maksimal dalam berupaya meningkatkan penjualan produksinya, hal ini terbukti bahwa dari aspek strategi masih apa adanya, sedangkan Islam menganjurkan umatnya untuk selalu berupaya mencapai yang terbaik bukan apa adanya.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.