

Abstrak

Strategi pemasaran merupakan serangkaian Tujuan dan saran jangka panjang suatu usaha dalam menghadapi persaingan usaha. Strategi yang jelas dan tegas dalam penerapan strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha Cha-cha Cake yang berada di kota Prabumulih. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran syariah yang digunakan pada Cha-cha Cake untuk meningkatkan kepuasan konsumennya adalah strategi produk, harga, promosi, dan distribusi/penyaluran. Pada penerapannya, strategi yang dilakukan telah sesuai dengan syariah Islam karena mencontoh sifat pemasaran Islami. Kemudian untuk faktor pendukung dalam penerapan strategi pemasaran syariah pada Cha-cha Cake yaitu produk yang berkualitas, kepercayaan konsumen, dan pelayanan yang baik. Adapun faktor penghambat dalam penerapan strategi pemasaran syariah pada Cha-cha Ceke yaitu pemasok bahan baku dan belum adanya *outlet* usaha.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Syariah, kepuasan Konsumen, Usaha rumahan.

Abstract

Marketing strategy is a series of long-term goals and suggestions of a business in the face of business competition. A clear and firm strategy in implementing a marketing strategy greatly influences the continuity of a business. This study aims to analyze sharia marketing strategies in increasing customer satisfaction in the number of Cha-cha Cake businesses in the city of Prabumulih. This research uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through observation and interviews. The results of this study revealed that the sharia marketing strategy used in Cha-cha Cake to increase customer satisfaction are product strategy, price, promotion, and distribution/distribution. In its application, the strategy undertaken is in accordance with Islamic law because it imitates nature Islamic marketing. Then for the factors supporting the implementation of sharia marketing strategies at Cha-cha Cake, namely quality products, trust customers and good service. As for the inhibiting factors in implementing the sharia marketing strategy at Cha-cha Ceke are raw material suppliers and the absence of business outlets.

Keywords : Sharia Marketing Strategy, Consumer satisfaction, Home business.