

ABSTRAK

Analisis Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Muslim di Toko Rammona Jaya Palembang

**EMILIA
1820602088**

Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis. Ketepatan strategi pemasaran akan menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang baik memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang dalam beberapa sasaran pasar atau konsumen. Dalam Islam sendiri penentuan strategi pemasaran dengan strategi pemasaran pada umumnya yang hanya berorientasi pada keuntungan semata, strategi pemasaran Islami sendiri selalu mengedepankan prinsip-prinsip Islami yaitu dengan mengedepankan prinsip kejujuran (*Shiddiq*), kepercayaan (*Amanah*), kecerdasan (*Fathanah*), dan komunikatif (*Tabligh*) hal inilah yang ditunjukkan Toko Rammona Jaya Palembang dalam Strategi pemasaran setiap Produk pakaian muslim.

Penelitian ini berlandaskan terhadap teori *Contingency Approach Theory* yang diungkapkan oleh Fisher. Teori ini digunakan dalam penelitian ini dikarenakan keterkaitan bahwa pendekatan pemasaran yang berbeda harus diterapkan dengan situasi yang ada seperti terjadinya pandemi Covid-19 sehingga perlu adanya inovasi dalam pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif, yang merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang menghasilkan sebuah data deskriptif, di mana dalam penelitian ini sumber datanya terbagi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, data yang diperoleh dianalisis dengan teknik kualitatif dengan cara reduksi data, data disajikan, selanjutnya data verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Rammona Jaya Palembang telah menerapkan strategi pemasaran Islami dalam setiap kegiatan pemasarannya seperti menerapkan prinsip 1) Kejujuran (*Shiddiq*) pemilik dan karyawan selalu berlaku jujur kepada pembeli maupun terhadap produk yang diperjualbelikan, 2) Kepercayaan (*Amanah*) Toko Rammona Jaya selalu menjual produk yang baik, jika ada produk yang rusak ataupun cacat pihak toko mengatakan yang sebenarnya kepada pembeli, 3) Kecerdasan (*Fathanah*) toko selalu melihat peluang pasar jika toko lainnya menaikkan harga, pihak Toko Rammona Jaya sendiri tetap konsisten terhadap harga yang telah ditetapkan walaupun pembeli banyak, 4) Komunikatif (*Tabligh*) di mana pihak Toko Rammona Jaya selalu menyampaikan produknya secara santun dan mudah dipahami.

Kata kunci: *Strategi pemasaran Islami, Penerapan, Meningkatkan Penjualan.*

ABSTRACT

Analysis Of Islamic Marketing Strategy in Increasing The Sales Of Muslim Clothing at Rammona Jaya Store Palembang

EMILIA
1820602088

Marketing strategy is an important aspect of business activities. The accuracy of the marketing strategy will determine success in pursuing sustainable profits. A good marketing strategy provides a clear and directed picture of what needs to be done to use every opportunity in several target markets or consumers. In Islam itself, the determination marketing strategies with marketing strategies in general which are only profit-oriented, Islamic marketing strategies themselves always prioritize Islamic principles, namely by prioritizing the principles of honesty (*Shiddiq*), trust (*Amanah*), intelligence (*Fathanah*), and communicative (*Tabligh*) this is what the Rammona Jaya Palembang Store shows in the marketing strategy for every Muslim Clothing product.

The research is based on the *Contingency Approach Theory* proposed by Fisher. This theory is used in this study due to the connection that a different marketing approach must be applied to existing situations such as the occurrence of the Covid-19 epidemic so that there is a need for innovation in marketing.

The research method used in this study is qualitative, which is a type of (*field research*) that produces descriptive data, where in this study the data sources are divided into two, namely primary data sources and secondary data sources. The data obtained were analyzed using qualitative techniques, by means of data reduction, the data is presented, then the data is verified.

The results of this study indicate that the Rammona Jaya Palembang Store has implemented an Islamic marketing strategy in each of its marketing activities such as applying the principles of 1) Honesty (*Shiddiq*) owners and employees are always honest with buyers and products that are traded, 2) Trust (*Amanah*) Rammona Store Jaya always sells good products, if there is a product that is damaged or defective the shop tells the truth to the buyer, 3) Intelligence (*Fathanah*) store always see market opportunities if other stores increase their prices, the Rammona Jaya store itself remains consistent against the price that has been set even though there are many buyers, 4) Communicative (*Tabligh*) where the Rammona Jaya Store always delivers its products in a polite and easy to understand manner.

Keywords : *Islamic marketing strategy, Implementation, Increasing sales.*