

ABSTRAK

Strategi pemasaran berperan krusial dalam meraih kesuksesan bisnis, sehingga bagian pemasaran memiliki peran vital dalam mewujudkan rencana bisnis. Untuk dapat terus bersaing dan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan, sebuah perusahaan harus melakukan tindakan ini. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang berhasil dan memanfaatkan kesempatan untuk menaikkan jumlah penjualan, perusahaan dapat meningkatkan atau mempertahankan posisinya di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi cara-cara pengusaha menerapkan strategi pemasaran syariah dan dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan mereka. Studi ini menerapkan metode kualitatif dalam bentuk penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan metode observasi, interogasi, dan pengumpulan dokumen. Cara untuk mengelola data meliputi pengurangan data, penyajian data, dan membuat kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pengusaha sudah menggunakan strategi pemasaran berdasarkan syariah islam yang hampir sama dengan bauran pemasaran. Yang meliputi 1) segmentasi atau pendistribusian produk yang dilakukan oleh pengusaha secara langsung dijual kepada konsumen. 2) target pasar, dengan kebutuhan konsumen yang berbeda maka penjualan produk pun bervariasi. 3) posisi atau reputasi, pengusaha harus memiliki citra yang baik sehingga para pengusaha harus bersikap baik dan memiliki produk yang berkualitas. 4) taktik pemasaran, dengan menggunakan diferensiasi maka pengusaha memiliki inovasi yang dapat berkembang di jaman yang terus berubah ini. Pengusaha sudah membuat produk olahan yang berasal dari tempe. 5) nilai dari pemasaran yaitu halal dan baik, para pengusaha sudah menjaga ke higienisan produk dan sebagian sudah memiliki sertifikat halal.

Pedagang di gang saleh sudah termasuk masyarakat sejahtera karena dapat memenuhi semua indikator peningkatan kesejahteraan, yaitu dari sisi jasmani dengan terpenuhinya sandang, pangan, dan papan mereka sehari-hari, serta dari sisi rohani pun mereka sudah dapat membayar zakat, memberi infak, sodaqoh, dan berbagi kepada panti asuhan.

Kata Kunci : Pemasaran Syariah, Konsumen, Kesejahteraan

ABSTRACT

Marketing strategies play a crucial role in achieving business success, making the marketing function vital in realizing business plans. To remain competitive and increase sales of products or services offered, a company must take action. By implementing successful marketing strategies and seizing opportunities to increase sales volume, companies can enhance or maintain their position in the market.

This study aims to explore how entrepreneurs implement Islamic marketing strategies and their impact on improving their welfare. The study employs a qualitative method in the form of descriptive research. Data collection is carried out using observation, interrogation, and document collection methods. Data management involves data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that entrepreneurs are already using Islamic Shariah-based marketing strategies similar to marketing mixes. These include: 1) product segmentation or distribution directly sold to consumers. 2) Target market, with varying consumer needs leading to product sales variation. 3) Position or reputation, entrepreneurs must maintain a good image by being respectful and having quality products. 4) Marketing tactics, utilizing differentiation so entrepreneurs have innovative developments in an ever-changing era. Entrepreneurs have already made processed products derived from tempeh. 5) Marketing values are halal and good, entrepreneurs have maintained product hygiene and some have halal certification. Traders in the Saleh alley are already included in prosperous society because they can fulfill all indicators of welfare improvement, namely physically in terms of daily clothing, food, and shelter needs, and spiritually by paying zakat, giving alms, charity, and sharing with orphanages.

Keywords: Shariah Marketing, Consumers, Welfare