

STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERSAINGAN USAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA KERAJINAN ANYAMAN PURUNIK DI KEC. PUGAAN, KAB. TABALONG).

Mida Syafitri¹, Iman Setya Budi², Abdul Wahab³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.18510155

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061506777

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 0618111109

Email: midasyftr@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran sangat penting bagi seorang pengusaha untuk berhasil memasarkan produknya dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Demikian pula kerajinan anyaman Purunik yang terbuat dari tumbuhan liar yang hidup di rawa-rawa, karya ini yakni karya turun temurun. Awalnya yakni bisnis keluarga, tetapi persaingan yang ketat telah memungkinkannya berkembang menjadi seperti sekarang ini. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran terhadap persaingan perusahaan dan strategi pemasaran syariah terhadap persaingan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memperjelas hubungan antara strategi pemasaran dengan persaingan usaha, dan antara strategi pemasaran syariah dengan persaingan usaha. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan data yang diperoleh dari penelitian ini diamati, diwawancarai dan didokumentasikan. Informan dalam penelitian ini yaitu pengusaha dan karyawan. Hasil penelitian ini sangat baik dari strategi pemasaran perusahaan kerajinan tekstil prunik, strategi produk, produk anyaman purunik tanpa perubahan harga, promosi melalui media sosial dan tempat-tempat strategis. Strategi pemasaran syariah sangat baik secara teori, sangat jujur dan etis dalam bisnis ini, mereka sudah memiliki etika yang baik terhadap konsumennya, dan pada kenyataannya mereka membuat perbedaan dalam layanan dan kemanusiaan, dan akan diganti jika produk rusak. Konsumen menginginkannya.

Kata Kunci: *Kerajinan Anyaman Purunik, Strategi Pemasaran, Strategi Pemasaran Syariah*

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofjan,(2011) *Manajemen Pemasaran*
Jakarta: Rajawali Pers,
- Moleong Ledy J. (2012)“ *Metode Penelitian Kualitatif* “. Bandung: Remaja Rosda Karya,
- Rahmah Mujilah, (Pemilik Usaha Kerajinan Anyaman Purunik), Wawancara, Desa Halangan, Kecamatan Pugaan, Tanggal 28 Februari 2022.
- Stefhani Putri Wita. “ *Persaingan usaha dalam perspektif etika bisnis islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling Dan warung di desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)*”.Skripsi IAIN METRO . 2019
- Usman Rahmadi, *Hukum persaingan usaha di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013),
- Wawancara dengan Nor Aidawati, Karyawan Kerajinan Anyaman Purunik, Pada tanggal 19 Juni 2022
- Wawancara dengan Mujilah Rahma, Pemilik Kerajinan Anyaman Purunik, Pada tanggal 15 Juni 2022
- Wulansari Novita dkk.(2017) *Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi UMKM Dan Good Governance Di Indonesia*. Snapper-Ebis 2017.