

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRY KONVEKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA HOME INDUSTRY KONVEKSI GREENEYES BANJARMASIN).

Siska Malia¹, Akhmad khulaify², Parman Komarudin³

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NPM.18510040

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK.061004338

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK. 061310674

Email: maliasiska63@gmail.com

ABSTRAK

Pemasaran dari segi ekonomi Islam memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW. Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu penjualan, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : apa saja faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Home Industry Konveksi Greeneyes Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukannya. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif diskriptif. Hasil penelitian membuktikan, 1) Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Home Industry Konveksi Greeneyes Banjarmasin berupa penurunan penjualan karena pandemi covid-19, bahan baku yang kurang dan juga bahan baku yang mengalami peningkatan harga, sedangkan faktor pendukung yaitu SDM yang berkualitas, harga yang ditawarkan, model produksi yang bermacam-macam dan beberapa diskon yang diberikan, 2) Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Home Industry Konveksi Greeneyes Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam meliputi: Produk yang berkualitas dan sesuai syariat Islam, Harga yang tidak mahal dengan mengambil keuntungan tidak lebih dari 30%, Distribusi dilakukan secara langsung kepada pelanggan dan tidak mengambil pelanggan toko lain, Promosi dilakukan secara jujur baik secara langsung maupun melalui media online, SDM yang berkualitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, Proses yang jelas transparan dan tidak berbelit-belit dan Bukti Fisik yang nyata dengan lokasi yang strategis, nyaman dan aman.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Penjualan, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Marketing in terms of Islamic economics has a very strategic position, because this marketing is one of the marketing strategies based on the Qur'an and the Sunnah of the Prophet Muhammad. Islamic marketing is a strategic business discipline that directs the process of creating, offering and changing the value of a single sale, which in the whole process is in accordance with the contract and Islamic principles and muamalah in Islam. This study aims to find out: what are the inhibiting factors for marketing strategies in increasing sales at the Banjarmasin Greeneyes Convection Home Industry in the perspective of Islamic economics and how the marketing strategy is carried out. This research method uses descriptive qualitative. The results of the study prove, 1) The inhibiting factors for marketing strategies in increasing sales at the Banjarmasin Greeneyes Convection Home Industry are in the form of decreased sales due to the covid-19 pandemic, lack of raw materials and raw materials that have increased prices, while the supporting factors are human resources. quality, prices offered, various production models and several discounts given, 2) Marketing strategies in increasing sales at the Banjarmasin Greeneyes Convection Home Industry in the perspective of Islamic economics include: Quality products and according to Islamic law, Prices are not expensive by taking no more than 30% profit, distribution is carried out directly to customers and does not take other store customers, promotions are carried out honestly both directly and through online media, qualified human resources in providing services to consumers, clear and transparent processes It's convoluted and real physical evidence with a strategic, comfortable and safe location.

Keywords: Strategy, Marketing, Sales, Islamic Economics

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz dan Mariah Ulfah.(2010) *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*, Bandung:Alfabeta
- Abdullah Amrin.(2007) *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo
- Abdurrahmat Fathoni, (2006)*Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusun Skripsi*,Jakarta:Rineka Cipta,
- Al-Mahalli, Jalaluddin dan Jalaluddin As-Suyuti,(2008) *Tafsir Al-Jalalain*,diterjemahkan Bahrun Abubakar, *Terjemahan tafsir Jalalain BerikutAsbabun Nuzul, Jilid 1*. Bandung : Penerbit Sinar Baru Algensind
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa.(2014)*Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:ALFABETA
- Atmariansi artanti, Hendri Hermawan Adinugraha, *Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan)*, 2020, hlm.230
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula.(2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kasmir.(2008) *Kewirausahaan*, Jakarta:PT Raja Grafindo Pesada,
- Kementerian Agama Republik Indonesia.(2013). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Motivasi*. Solo: Tiga Serangkai.
- Kotler Philip, (2008) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta :Erlangga,
- Mokh Syaiful Bakhri dan Abdussalam.(2012)*Sukses Berbisnis Ala Rasulullah SAW*. Jakarta: Erlangga,
- Musfikoh Ifna Khoiru Rohmawati,(2020) *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Konveksi Mukena Bordir Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam*.(Skripsi: Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung,
- Rivai Veithzal,(2009) *Islamic Human Capital*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Sofjan Assauri.(2015) *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers,
- Wawancara dengan Toni Februari selaku pemilik Konveksi Greeneyes , tanggal 19 April 2022 di rumah mas Toni Februari di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 jalur 2 Sungai Miai Kec. Banjarmasin Utara.
- Wawancara dengan Toni Februari selaku pemilik Konveksi Greeneyes , tanggal 19 April 2022 di rumah mas Toni Februari di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 jalur 2 Sungai Miai Kec. Banjarmasin Utara.