

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MANDAI KHAS BATU MANDI (STUDI KASUS DESA RIWA
KECAMATAN BATU MANDI KABUPATEN BALANGAN).**

Hadi Saputra¹

Fakultas Studi Islam, UNISKA MAB Banjarmasin, email: :hadoisaputra27@gmail.com

Agus Purnomo

Fakultas Studi Islam, UNISKA MAB Banjarmasin, email: guspur80@gmail.com

Abdul Wahab

Fakultas Studi Islam, UNISKA MAB Banjarmasin, email:

ABSTRACT

Mandai adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada kulit cempedak yang telah mengalami proses fragmentasi. Dalam Islam, perdagangan diatur dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip kesepakatan bersama. Dalam konteks meningkatkan penjualan dari perspektif pemasaran Islami, upaya untuk meningkatkan penjualan harus memperhatikan unsur-unsur halal dan persetujuan bersama. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pemasaran Islami dan langkah-langkah untuk meningkatkan penjualan di Toko Mandai di Desa Riwa, Kecamatan Batu Mandi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan penekanan pada deskripsi. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan yang melibatkan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa:1). Pemilik Toko Mandai menggunakan strategi pemasaran Islami yaitu BauranPemasaran (*Marketing Mix*) 4P yang terdiri dari strategi produk (*product*), yaitu dengan menjual produk yang halal, bersih dari najis, dan mendapatkan izin dari LPPOM MUI. Untuk strategi harga (*price*) yaitu dengan menetapkan harga yang standar, sesuai dengan harga pasar pada umumnya serta perbedaan harga yang ditetapkan dipengaruhi oleh biaya bahan pokok dan produksi. Sedangkan untuk strategi tempat (*place*) yaitu toko untuk berjualan sangat strategis karena bertepatan dengan pinggir jalan A.Yani,dimana banyak pengendara melewati jalur tersebut dan untuk strategi promosi (*promotion*) yaitu pemilik toko masih dominan metode konvensional dengan. 2). Pemilik Toko Mandai dalam meningkatkan penjualan yaitu dengan metode konvensional yaitu dengan berjualan langsung ditoko,kemudian ada juga yang melakukan penjualan ke toko-toko kecil yang belum berjualan mandai, sedangkan metode media sosial yang digunakan yaitu facebook,Instagram serta whatsapp.

Mandai is a term for cempedak skin that has undergone a process of fragmentation. In Islam, trade is regulated properly and correctly. That is, regulated by agreement or mutual agreement. In the framework of increasing sales from an Islamic marketing perspective, increasing sales must pay attention to the halal element, and the element of mutual pleasure. The purpose of this study was to determine Islamic marketing strategies and how to increase sales at the Mandai Shop, Riwa Village, Batu Mandi District. The study used qualitative methods with a descriptive approach. This type of research is classified as field research which emphasizes interview, observation, and documentation techniques. The result of his study indicate that:1). The owner of the Mandai Store uses an Islamic marketing strategy, namely the 4P Marketing Mix which consists of a product strategy, namely by selling products that are halal, clean from unclean, and get permission from LPPOM MUI. For the price strategy (price) is to set a standard price, in accordance with market prices in general and the difference in the price set is influenced by the cost of basic materials and production. As for the place strategy, namely the shop for selling, it is very strategic because it

coincides with the A.Yani roadside, where many motorists pass through the lane and for the promotion strategy, the shop owner is still dominant with the conventional method.2). The owner of the Mandai Shop in increasing sales is using the conventional method, namely by selling directly in the store, then there are also those who sell to small shops that have not yet sold Mandai, while the social media methods used are Facebook, Instagram and WhatsApp.

REFERENSI

- Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab. *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2017.
- Ayu Wijayanti. "Kajian Nilai Tambah Buah Cempedak Sebagai Bahan Baku Kripik Mandai Di Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan (Studi Kasus Usaha Keripik Mandai Cap Gundul), ." *Jurnal Repositiry Uniska MAB*, 2018: 2.
- Daryanto. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011.
- Dhika Amalia dan Abidin. *Pengantar Pemasaran Islami Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Ponorogo: Unida Gontor, 2018.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019.
- Get Borneo. *Mandai Kuliner dari Bahan Kulit Cempedak*. 2 16, 2016. (accessed 4 28, 2022).
- Junaidi Abdillah. *Ilmu Fiqih Pemasaran Sisi Lain Nabi Muhammad SAW sebagai Pemasar*. Semarang: Elsa Press, 2019.
- Pekerjadata. *Peranan Strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi pada Pt. Sun Life Financial Indonesia*. 11 13, 2013. (accessed 3 25, 2022).
- Philip Kotler dan Gery Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Saifuddin Azwar. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1998.
- Samsu. *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: Pustaka, 2017.
- Siti Aisyah Putri Payung. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Toko Plaza Jilbab Kabupaten Kampar Ditinjau Dari Ekonomi Syariah." *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 2020: 3.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suindrawati. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora." *Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*, 2015.
- Suyitno. *Metode Penelitian Kualitatif (Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*. Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018.
- Thorik Gunara dan Utus Hardiono Subidyo. *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: Madania Prima, 2007.