

ABSTRAK

Nama : Nurul Alifia Khoirunissa
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM Lebah Madu di
Desa Bojongmurni

Kegiatan pemasaran syariah dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan sehingga dapat mencapai keuntungan yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah pada UMKM Lebah Madu KTH Sadar Tani Muda di Desa Bojongmurni. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik analisis data menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang telah diterapkan UMKM lebah madu dalam memasarkan produknya yaitu menjual produk yang halal, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, memiliki tempat usaha sendiri dan promosi yang dilakukan dengan jujur. Selain itu, UMKM lebah madu juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan menjauhi unsur penipuan yang bertentangan dengan syariat Islam. Strategi pemasaran syariah yang efektif untuk diterapkan pada UMKM lebah madu adalah meningkatkan pelayanan yang berkualitas dengan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, peningkatan inovasi yang melibatkan olahan herbal lain sebagai pelengkap obat-obatan herbal, memberikan harga terbaik untuk meyakinkan konsumen, melakukan pengenalan *brand image* produk madu kepada konsumen dan melakukan pemasaran aktif di berbagai wilayah melalui *event* pameran serta mengoptimalkan promosi melalui semua media *online* seperti *facebook*, *youtube*, *whatsapp* dan lainnya.

Kata Kunci : Karakteristik Pemasaran Syariah, Pemasaran Syariah, SWOT.

ABSTRACT

Name : Nurul Alifia Khoirunissa

Study Program : Sharia Economics

*Title : Sharia Marketing Strategy for Lebah Madu MSME in Indonesia
Bojongmurni Village*

Sharia marketing activities are carried out to provide satisfaction to customers so that they can achieve optimal profits. This study aims to analyze the sharia marketing strategy of the MSME lebah madu KTH Sadar Tani Muda in Bojongmurni Village. This type of research is qualitative with data analysis techniques using the SWOT method. The results of this study indicate that the marketing strategy that has been implemented by lebah madu MSME in marketing their products is selling halal products, the price is set according to the quality of the product, having their own place of business and promotion is done honestly. In addition, lebah madu MSME also provide good service to consumers and stay away from fraudulent elements that are contrary to Islamic law. Effective sharia marketing strategies to be applied to lebah madu MSME are improving quality services by establishing good relationships with consumers, increasing innovation involving other herbal preparations as a complement to herbal medicines, providing the best prices to convince consumers, introducing product brand image honey to consumers and carry out active marketing in various regions through exhibition events as well as optimizing promotions through all online media such as facebook, youtube, whatsapp and others.

Keywords : *Characteristics of Sharia Marketing, Sharia Marketing, SWOT.*

الخلاصة

الاسم: نور الألفيا خيرونيسا

برنامج الدراسة: الاقتصاد الإسلامي

العنوان: إستراتيجية التسويق الشرعي في شركة العسل في قرية بوجونغ مورني

تنفيذ أنشطة التسويق على وجه شرعي يتم لإرضاء المستهلكين و يهدف لتحقيق أكثر الربح . يهدف هذا البحث إلى تحليل إستراتيجية التسويق الشرعي في شركة العسل في قرية بوجونغ مورني. نوع هذا البحث هو بحث نوعي و تقنية تحليل البيانات هي تحليل رباعي. تشير نتيجة هذا البحث إلى أن إستراتيجية التسويق التي قامت بها شركة العسل في تسويق منتجاتها الحلال: السعر يوافق جودة المنتجات ، ولها مكان عمل خاص بها، و الترويج بأمانة. بالإضافة إلى ذلك ، تقدم الشركة خدمة جيدة للمستهلكين وتبتعد عن العناصر الاحتمالية التي تتعارض الشريعة الإسلامية. ينبغي للشركة أن تتطبق استراتيجية التسويق الشرعية الفعالة كما يلي: تحسين جودة الخدمة من خلال إقامة علاقة جيدة مع المستهلكين ، وزيادة الابتكار في المنتجات العشبية مثل الأدوية العشبية ، وتوفير أفضل السعر لإقناع المستهلكين ، وتقديم صورة المنتج التجاري للعسل على المستهلكين، وإجراء التسويق في مناطق مختلفة من خلال فعاليات المعرض، وتحسين العروض الترويجية من خلال وسائل الإعلام مثل فيزبوك و يوتوب و واتساب وغيرها.

الكلمات الرئيسية: خصائص التسويق الشرعي ، التسويق الشرعي ، تحليل رباعي.