

ABSTRAK

Raissa Amalia, 2023, Analisis Strategi Pemasaran Syariah di Toko Rafi Craft Rajapolah Tasikmalaya : Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Rafi Craft telah melakukan dua metode promosi yaitu *offline* dan *online* strategi promosi yang dijalankan belum mencapai apa yang diharapkan, tentu ini sangat berbahaya untuk kegiatan usaha kedepannya karena promosi merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan untuk melakukan pemasaran. Hal tersebut berkaitan dengan strategi inti dan bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh Toko Rafi Craft dalam menjalankan usahanya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu pemilik perusahaan, karyawan dan konsumen Toko Rafi Craft dengan peneliti sendiri sebagai instrumen utama penelitiannya. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan metode triangulasi sumber data. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman, dimana penelitian ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas.

Hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Analisis Strategi Pemasaran Syariah di Toko Rafi Craft, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran mesti koheren, itu berarti bahwa tidak hanya elemen-elemen bauran pemasaran yang mesti konsisten satu sama lain, tetapi juga harus dilandasi pada dan konsisten dengan strategi inti yaitu STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan. Harga jual yang ditetapkan disesuaikan dengan daya beli konsumen tanpa merusak harga produk di pasaran. Tempat produksi dan saluran distribusi yang aman. Namun promosi secara *online* yang belum optimal karena kekurangan SDM, akan tetapi kekurangan tersebut dapat ditutupi oleh promosi yang dilakukan secara *offline* yang sudah dilakukan dengan optimal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penerapan strategi pemasaran inti melalui *segmentation, targeting* dan *positioning* serta penerapan bauran pemasaran pada Toko Rafi Craft sudah sesuai dengan ketentuan syariah. Dimulai pada tahap produksi, penetapan harga, pemasaran, sampai pendistribusian produk berdasarkan ketentuan syariah. Dengan prinsip yang diterapkan tersebut, tujuan perusahaan untuk mendapat keuntungan dan meraih keberkahan dapat tercapai.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, STP, Marketing Mix

ABSTRACT

Raissa Amalia, 2023, Analysis of Sharia Marketing Strategy at the Rafi Craft Rajapolah Tasikmalaya: Sharia Economic Study Program, of Islamic Faculty, Siliwangi University.

Rafi Craft has carried out two types of promotion, namely offline and online. This relates to the core strategy and marketing mix implemented by the company. The purpose of this study was to determine the sharia marketing strategy carried out by Rafi Craft Stores in running their business.

The method used in this research is a descriptive method with a qualitative approach. Using two data sources, namely primary data and secondary data. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The informants in this study are company owners, employees, and consumers of the Rafi Craft Shop, with the researcher himself as the main research instrument. To test the credibility of the data, the data source triangulation method was carried out. In this study, data analysis techniques were used using the Miles and Huberman model, and this research was carried out interactively and continued continuously until completion.

Based on the results of the analysis and discussion that have been carried out by the author regarding the Sharia Marketing Strategy Analysis at the Rafi Craft Store, it can be concluded that the marketing strategy must be coherent, which means that not only the elements of the marketing mix must be consistent with each other but must also be based on and consistent with the core strategy of STP (Segmentation, Targeting, and Positioning). The resulting product is of the required quality. The selling price set is adjusted to the purchasing power of consumers without damaging product prices in the market. Safe production sites and distribution channels. However, online promotion has not been optimal due to a lack of human resources, but this deficiency can be covered by promotions carried out offline that have been optimal.

Based on the results of the research that has been done, the implementation of the core marketing strategy through segmentation, targeting, and positioning, as well as the application of the marketing mix at the Rafi Craft Store, is in accordance with sharia provisions. Starting from the production stage, pricing, marketing, and distribution of products based on sharia provisions. With these principles applied, the company's goals to gain profits and achieve blessings can be achieved.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, STP, Marketing Mix