

ABSTRAK

Mohammad Zein Tamami Azhar. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada Perusahaan Peci Manis Di Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung

Bisnis merupakan salah satu komponen utama dalam sistem muamalah, Islam menganjurkan pemeluknya untuk menggeluti bidang ini secara profesional. Pemasaran islami adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator kepada *stakeholdernya* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip islam dan muamalah dalam islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang dilakukan perusahaan Peci Manis di Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung.

Studi penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer melalui wawancara kepada owner, co-owner, karyawan dan konsumen di perusahaan Peci Manis Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung, kemudian data sekunder diperoleh melalui buku-buku, jurnal, artikel dari internet, dan mengumpulkan data-data serta dokumen di perusahaan Peci Manis Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Peci Manis sudah melakukan strategi bauran pemasaran dengan cukup baik dan karakteristik pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan ajaran agama, serta dalam proses pemasarannya tidak ada unsur-unsur yang menyimpang dengan syariat Islam.

Perusahaan Peci Manis Desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung diharapkan dapat menyempurnakan kegiatan bauran pemasaran terutama mengenai promosi yang bersifat *online* dan *offline* demi menjawab tantangan era 4.0, tentunya tetap sesuai dengan ketentuan dan prinsip syari'ah.

Kata Kunci: pemasaran syari'ah, bauran pemasaran, karakteristik pemasaran