

## ABSTRAK

**Dewi Ayu Rahmawati, 2024, Analisis Bauran Pemasaran Syariah *Liquefied Petroleum Gas Non Public Service Obligation* Di PT. Sonnindo Tiga Dua Cikoneng Ciamis, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi**

Fenomena yang terjadi dalam penjualan LPG melibatkan beberapa kasus dalam pemasaran LPG NPSO, seperti pengoplosan gas LPG PSO ke LPG NPSO, distribusi LPG PSO yang tidak tepat sasaran, serta pengangkutan LPG ke wilayah yang bukan tujuan penyaluran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan prinsip syariah dalam aktivitas pemasaran di PT. Sonnindo Tiga Dua dengan menggunakan pendekatan teori Bauran Pemasaran Syariah (4P).

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 Supervisor dan Marketing PT. Sonnindo Tiga Dua, serta pelanggan LPG NPSO PT. Sonnindo Tiga Dua dengan peneliti sendiri sebagai instrumen utama penelitiannya. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan metode triangulasi sumber. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman yang memiliki tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran di PT. Sonnindo Tiga Dua telah berjalan sesuai syari'at Islam. Dari empat indikator yang diteliti, empat indikator dikatakan sudah menerapkan prinsip syari'ah. Indikator tersebut yaitu: 1) Produk, 2) Price, 3) Promotion, 4) Place. Hal ini karena sesuai dengan teori-teori Bauran Pemasaran syari'ah serta karakteristik pemasaran syari'ah.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran Syari'ah, PT.Sonnindo Tiga Dua

## **ABSTRACT**

***Dewi Ayu Rahmawati, 2024, Analysis of Sharia Marketing Mix of Non Public Service Obligation Liquefied Petroleum Gas at PT Sonnindo Tiga Dua Cikoneng Ciamis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, University of Siliwangi.***

*The phenomenon that occurs in the sale of LPG involves several cases in the marketing of NPSO LPG, such as the copying of PSO LPG gas to NPSO LPG, distribution of PSO LPG that is not on target, and transportation of LPG to areas that are not the distribution destination. This study aims to determine the extent of the application of sharia principles in marketing activities at PT Sonnindo Tiga Dua by using the Sharia Marketing Mix (4P) theory approach.*

*The method used in this research is descriptive method with 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 were the Supervisor and Marketing of PT Sonnindo Tiga Dua, as well as PT Sonnindo Tiga Dua's NPSO LPG customers with the researcher himself as the main research instrument. To test the credibility of data is done by the source triangulation method. This study uses the Miles and Huberman model data analysis technique which has three stages, namely data reduction, data presentation, and verification.*

*The results of this study indicate that marketing activities at PT Sonnindo Tiga Dua have been running according to Islamic law. Of the four indicators studied, four indicators are said to have applied the principles of sharia. These indicators are: 1) Product, 2) Price, 3) Promotion, 4) Place. This is because it is in accordance with the theories of the Shari'ah Marketing Mix and the characteristics of Shari'ah marketing.*

***Keywords: Sharia Marketing Mix, PT.Sonnindo Tiga Dua***