

ABSTRAK

Rayhan Riztianto Mulyawan, 2023, Analisis Strategi Pemasaran Syariah Mardian Putera Sutera Dalam Meningkatkan Volume Penjualan : Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Volume penjualan Mardian Putera Sutera mengalami penurunan secara signifikan pada tahun 2020 saat dimulainya masa pandemi *Covid-19*. Pihak perusahaan berupaya mencari jalan keluar agar penjualan kembali normal seperti saat sebelum pandemi di mana penjualan mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Mardian Putera Sutera. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Mardian Putera Sutera dalam meningkatkan volume penjualan.

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 wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu pimpinan perusahaan, karyawan dan konsumen Mardian Putera Sutera, dengan peneliti sendiri sebagai instrumen penelitiannya. Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan metode triangulasi sumber.

Analisis Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Syariah Mardian Putera Sutera Dalam Meningkatkan Volume Penjualan sudah optimal sehingga terjadi peningkatan volume penjualan. Produk yang dihasilkan oleh Mardian Putera sudah mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan tanpa mengesampingkan kualitas. Akan tetapi, kuantitas produk Mardian Putera Sutera belum bisa bersaing dengan kompetitor. Harga jual yang ditetapkan sesuai dengan daya beli konsumen tanpa merusak harga produk di pasaran. Tempat produksi dan promosi yang berada di satu lokasi yang berdekatan mempermudah para pekerja dan berhasil menjadi daya tarik serta perhatian konsumen. Promosi yang dilakukan sudah optimal secara *offline* ataupun *online*. Untuk saat ini, Mardian Putera Sutera belum bisa menggunakan seorang model untuk foto produk dan terdapat keterbatasan sumber daya manusia yang paham akan pemasaran media e-commerce. Dalam hal tersebut, perusahaan membagikan kain secara gratis kepada kerabat terdekat untuk dijadikan media promosi secara tidak langsung untuk menekan volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penerapan bauran pemasaran pada perusahaan Mardian Putera Sutera 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, dibuktikan dengan naiknya volume penjualan produk dan perusahaan bisa bangkit ketika keadaan terpuruk dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Strategi Pemasaran Syariah, Volume Penjualan

ABSTRACT

Rayhan Riztianto Mulyawan, 2023, Analysis of Mardian Putera Sutera's Sharia Marketing Strategy in Increasing Sales Volume: Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

Mardian Putera Sutera's sales volume decreased significantly in 2020 during the Covid-19 pandemic. The company is trying to find a way out so that sales return to normal as before the pandemic where sales increased and decreased. This is related to the marketing mix strategy applied by Mardian Putera Sutera. The purpose of this study is to determine the marketing strategy of Mardian Putera Sutera in increasing sales volume.

The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. Using two data sources, namely primary data and secondary data. The data collection techniques used were interviews and documentation. The informants in this study are company leaders, employees and consumers of Mardian Putera Sutera, with the researcher himself as his research instrument. To test the credibility of the data is done by the method of source triangulation.

It is best for there to be a rise in sales volume, according to Syariah Mardian Putera Sutera's analysis of marketing strategy. Without sacrificing quality, Mardian Putera's products have met the goals set by the organization. However, Mardian Putera Sutera's product volume hasn't been able to keep up with rivals. Without affecting the cost of goods on the market, the selling price is determined based on consumer purchasing power. Sites for production and promotion in close proximity to one other simplify operations for staff and successfully draw customers' interest. Either physical or online promotion is best done. Presently, Mardian Putera Sutera is unable to use a model for product photography due to a lack of staff members who are knowledgeable about e-commerce media marketing. In this instance, the business gives free clothing to the nearest relatives to serve as indirect advertising materials in an effort to lower sales volume.

According to the findings of the research, the Mardian Putera Sutera company's use of the marketing mix complies with sharia requirements. Starting with the production process and moving through pricing, marketing, and distribution of items in accordance with sharia law. With this applied approach, the company can generate a profit and receive blessings, as shown by the rise in product sales volume, and can compete with other businesses and climb when things are bad.

Keywords: Marketing Strategy, Sharia Marketing Strategy, Sales Volume