

ABSTRAK

Nurziara, Nabila Khoirun. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Syariah pada Perusahaan Bordir Syfa Rahman Kota Tasikmalaya. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Perusahaan Bordir Syfa Rahman di Kota Tasikmalaya. Sebagai salah satu industri kreatif unggulan di kawasan sentra bordir Kecamatan Kawalu, perusahaan ini dihadapkan pada tantangan dalam pendistribusian produk, penetapan harga, serta keterbatasan kerja sama dengan pedagang besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Data diperoleh dari sumber primer, yakni pemilik dan karyawan perusahaan, serta sumber sekunder dari literatur dan dokumen terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah di perusahaan ini sudah mulai diterapkan, namun belum maksimal. Berdasarkan analisis segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar, serta bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi, ditemukan bahwa distribusi masih bersifat konvensional dan belum menjangkau pasar yang lebih luas. Harga yang ditetapkan juga masih menyesuaikan dengan segmen menengah ke bawah, tanpa memperhitungkan margin keuntungan yang optimal. Promosi dilakukan secara sederhana dan belum berbasis digital.

Namun demikian, perusahaan tetap mempertahankan nilai-nilai syariah dalam aktivitas pemasarannya, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Produk yang dijual adalah produk halal dan sesuai ajaran Islam. Untuk meningkatkan efektivitas strategi, perusahaan perlu memperluas jangkauan distribusi, mengadopsi promosi digital, dan membangun kemitraan dengan pelaku usaha lain secara berkelanjutan agar dapat bersaing di era pasar terbuka berbasis nilai-nilai Islami.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Bauran Pemasaran, Bordir Syfa Rahman, Distribusi Syariah, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Nurziara, Nabila Khoirun. 2023. Analysis of Sharia Marketing Strategy at the Syfa Rahman Embroidery Company, Tasikmalaya City. Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

This study aims to analyze the Islamic marketing strategy implemented by the Syfa Rahman Embroidery Company in Tasikmalaya City. As one of the leading creative industries in the Kawalu subdistrict embroidery center, the company faces challenges in product distribution, pricing strategies, and limited collaboration with major traders. This research employs a qualitative descriptive approach, using observation, in-depth interviews, and documentation for data collection. The data was obtained from primary sources such as the owner and employees, as well as secondary sources including literature and related documents.

The results show that although the company has begun to adopt Islamic marketing principles, its application remains suboptimal. Through analysis of market segmentation, targeting, positioning, and the marketing mix (product, price, place, promotion), it was found that distribution remains conventional and lacks market reach. Pricing is adjusted to lower-middle-class consumers without optimal profit margin considerations. Promotions are done traditionally, without leveraging digital platforms.

Nevertheless, the company maintains sharia principles in its marketing activities, emphasizing honesty, fairness, and transparency. The products offered are halal and aligned with Islamic teachings. To enhance strategic effectiveness, the company should broaden its distribution channels, utilize digital promotion, and develop sustainable partnerships with other business actors in order to remain competitive in a modern market while upholding Islamic values.

Keywords: Islamic Marketing Strategy, Marketing Mix, Syfa Rahman Embroidery, Sharia Distribution, Islamic Economics