

ABSTRACT

“Marketing Strategies of Batik Write Tanjung Bumi To Compete With Imported Batik In Perspective Islam”

Batik Madura is one of batik that has its own uniqueness and style has the freedom in every motive, The nature of the production is personal and still maintain the traditional ways and always use natural coloring materials friendly to the environment

Indonesia has participated in the ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) economy. With a much cheaper price than local products. This will make local products less competitive with imported products (China). How is the Tanjung Bumi Batik Writer's Production Strategy To Compete With Imported Batik In The Perspective Of Islam?

The Syariah market is an emotional market where people are attracted to religious reasons not because of financial gain alone, nothing contradicts the principles of muamalah it contains values of worship, Marketing plays a very important role in meeting the needs of consumers , In addition to achieving company goals in meeting its objectives. A Muslim marketer must ensure that all aspects of Marketing activities such as Goods Planning, Services, Price and Promotion are used, must be in accordance with the guidance of the Qur'an and Sunnah so that the marketing is guaranteed to be missed.

Strategic activities in the field of marketing in a way, 4p namely: Product, Price, Place and Promotion. There is also expanding market segmentation, the Strategy has a very significant impact on sales and production income is evidenced by the number of orders from outside the city even to foreign countries such as Malaysia, Singapore, Saudi Arabia.

Keywords: Marketing Batik In Persektif Islam

ABSTRAK

“Strategi Pemasaran Produsen Batik Tulis Tanjung Bumi Untuk Bersaing Dengan Batik Impor Dalam Perspektif Islam”

Batik Madura adalah salah satu batik yang memiliki keunikan tersendiri corak dan ragamnya memiliki kebebasan di setiap motifnya, Sifat produksinya yang personal dan masih mempertahankan cara-cara tradisional serta senantiasa menggunakan bahan pewarna alami yang ramah dengan lingkungan

Indonesia sudah ikut serta dalam perekonomian *ASEAN-China Free Trade Agreement* (ACFTA). Dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk-produk lokal. Hal ini akan membuat produk-produk lokal kalah bersaing dengan produk-produk impor (Cina). Bagaimana Strategi Pemasaran Produsen Batik Tulis Tanjung Bumi Untuk Bersaing Dengan Batik Impor Dalam Perspektif Islam?

Pasar Syari'ah adalah pasar yang emosional (emotional market) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan financial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah ia mengandung nilai-nilai ibadah, Pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen, disamping pencapaian tujuan perusahaan dalam memenuhi tujuannya. Seorang pemasar muslim harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan Pemasaran seperti Perencanaan Barang, Jasa, Harga dan Promosi yang digunakan, haruslah sesuai dengan tuntunan al-Quran dan as-Sunnah sehingga pemasaran tersebut dijamin kehalalannya.

kegiatan strategi di dalam bidang pemasaran dengan cara, 4p yaitu: Product, Price, Place and Promotion. Ada juga memperluas segmentasi pasar, Strategi tersebut berdampak sangat signifikan pada penjualan dan penghasilan produksi hal ini terbukti dengan banyaknya pesanan dari luar kota bahkan sampai ke luar negeri seperti Malaysia, Singapura, Arab Saudi.

Kata kunci: Pemasaran Batik Dalam Perspektif Islam