

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN OMSET PRODUK AMDK SUCI ANNUQAYAH: PENDEKATAN MATRIKS BCG

Pemasaran adalah merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide. Pemasaran adalah salah satu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok. Pemasaran syariah adalah seluruh proses baik penciptaannya dan pendistribusiannya yang harus sesuai dengan syariat islam, dalam pemasaran syariah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam selagi dalam proses transaksinya tidak tidak melenceng dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Peneliti meneliti pemasaran syariah dengan menggunakan pendekatan matriks BCG, dimana menghitung pangsa pasar relatif dan mengukur pertumbuhan pasar.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Menggunakan metode analisis data dimana data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga mudah dipahami dan penemuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Kesimpulan dari penelitian ini AMDK Suci Annuqayah menggunakan promosi melalui group-group WhatsApp dan *mouth-mouth* saja. Pada pendekatan matriks BCG AMDK Suci Annuqayah berada pada kudran IV (*dogs*) dimana ada pada posisi yang paling rendah. Strategi untuk mwningkatkan penjualannya adalah dengan mengevaluasi promosi, dan menambah mesin produksi.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Syariah, Matriks BCG.

ABSTRACT

Marketing is a process of planning and carrying out the price, promotion and distribution of ideas. Marketing is a social process in which there are individuals and groups. Islamic marketing is the entire process of both its creation and distribution which must be in accordance with Islamic law, in Islamic marketing, the form of muamalah is justified in Islam while in the transaction process it does not deviate from things that are prohibited by Islamic provisions. Researchers examine Islamic marketing using the BCG matrix approach, which calculates relative market share and measures market growth

This type of research is field research using qualitative methods, data collection techniques by observation, interviews and documentation. Using a data analysis method where data is obtained from interviews, field notes, and other materials, so that it is easy to understand and the findings can be informed to others.

The conclusion of this research is that AMDK Suci Annuqayah uses promotion through WhatsApp groups and mouth to mouth only. In the BCG matrix approach AMDK Suci Annuqayah is in quadrant IV (dogs) which is in the lowest position. The strategy to increase sales is to evaluate promotions and add the production machines.

Keyword: Strategy, Marketing Syariah, Matrix BCG.