

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan usaha. Salah satunya ialah dengan memanfaatkan empat komponen utama dalam *marketing mix* yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Strategi pemasaran syariah dinilai sebagai strategi yang paling strategis sebab bersumber dari Al – Qur'an dan Hadist. Dengan salah satu aspek yang didalamnya terdapat *key 1uccess factors* yakni empat sifat (*shiddiq, amanah, tabligh dan fathanah*). *Home industry* rea.samara diketahui menggunakan strategi pemasaran *marketing mix*. Namun belum diketahui apakah telah berkaitan atau sudah sesuai dengan strategi pemasaran syariah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana strategi pemasaran syariah pada *home industry* rea.samara produk susu kedelai dan bagaimana *key success factors* terhadap strategi pemasaran syariah *home industry* rea.samara produk susu kedelai di desa Pisangsambo, Tirtajaya, Karawang

Penelitian ini ditulis menggunakan jenis penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Dimana penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana strategi pemasaran syariah dan *key success factors* terhadap *home industry* rea.samara produk susu kedelai yang bertempat di desa Pisangsambo, Tirtajaya, Karawang. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Kemudian dianalisis dengan mereduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Serta dilakukan teknik keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *home indusry* rea.samara telah melakukan strategi pemasaran dengan baik dan tidak ada indikasi pelanggaran terhadap syariah. Produk susu kedelai rea.samara ini memiliki keunggulan dalam inovasi dan kreativitas produk yang termasuk dalam perilaku atau sifat *fathanah*. *Home industry* rea.samara telah melakukan kegiatan pemasaran syariah dengan baik dan berdampak baik pula terhadap keberlangsungan usahanya. Walaupun, tidak secara keseluruhan telah benar – benar sesuai dengan pelaksanaan strategi pemasaran syariah

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran Syariah, Home Industry

ABSTRACT

Marketing is one aspect that is very influential in business continuity. One of them is by utilizing the four main components in the marketing mix, namely product, price, place and promotion. The sharia marketing strategy is considered the most strategic strategy because it is based on the Qur'an and Hadith. With one aspect in which there are key success factors, namely four traits (shiddiq, amanah, tabligh and fathanah). The rea.samara home industry is known to use a marketing mix marketing strategy. However, it is not yet known whether it has been related or is in accordance with the sharia marketing strategy. As for the formulation of the problem in this study, how is the sharia marketing strategy used by the rea.samara home industry for soy milk products and how the key success factors for the sharia home industry marketing strategy are rea.samara soy milk products in the village of Pisangsambo, Tirtajaya, Karawang.

This research was written using a qualitative descriptive approach. Where this study intends to describe and explain how the Islamic marketing strategy for the home industry rea.samara soy milk products. Using data collection methods through interview and documentation techniques. Then analyzed by reducing the data, presenting the data and drawing conclusions. As well as data validity technique using data source triangulation techniques.

The results of this study indicate that the rea.samara home industry has carried out a marketing strategy well and there are no indications of violations of sharia. This rea.samara soy milk product has advantages in product innovation and creativity which are included in the behavior or nature of fathanah. The rea.samara home industry has carried out sharia marketing activities well and has had a good impact on the sustainability of its business. Although, not as a whole has been completely in accordance with the sharia marketing strategy

Keywords: Strategy, Sharia Marketing, Home Industry