

ABSTRAK

Marketing mix merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran yang dapat membantu para pelaku usaha untuk merencanakan pemasaran produk yang baik sehingga mencapai target penjualan. Usaha batik Jokotole Collection walaupun masih memiliki kekurangan pada segi lokasi, produk, bukti fisik dan promosi tetap berhasil mencapai penjualan yang cukup tinggi, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah terkait penerapan *marketing mix* 7P di Jokotole Collection dan bagaimana peran *marketing mix* 7P dalam meningkatkan penjualan batik Jokotole Collection perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang untuk meneliti dan menganalisis sebuah fenomena atau kondisi objek penelitian. Kemudian menjabarkan fenomena yang ditangkap langsung oleh peneliti secara mendalam, terperinci dan menyeluruh. Kemudian sumber data peneliti diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan pengumpulan data dari hasil wawancara dengan pihak terkait serta dari hasil observasi dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari beberapa elemen *marketing mix* 7P yang dilihat dari perspektif Islam yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, dimana telah diterapkan dengan baik oleh Jokotole Collection. Dengan menerapkan *marketing mix* yang memperhatikan unsur Islam didalamnya terutama pada usaha batik Jokotole Collection akan membantu usaha tersebut berkembang dan salah satunya dari segi penjualannya. Penjualan di usaha batik Jokotole Collection berhasil mengalami peningkatan, dikarenakan mereka sangat memperhatikan kualitas dan keadaan produk yang dijual, melayani konsumen dengan ramah dan sabar, menyampaikan informasi dan penjelasan mengenai produk dengan detail dan jelas. Hal tersebut menunjukkan bahwa Jokotole Collection dalam melakukan transaksi berpegang pada prinsip Islam seperti jujur dan adil kepada konsumen sehingga ikut membawa mereka kepada sebuah kesuksesan

Kata Kunci : Marketing Mix, Penjualan, Jokotole Collection

ABSTRACT

Marketing mix is a part of a marketing strategy that can help businesses to plan good product marketing so as to achieve sales targets. The Jokotole Collection batik business, although it still has deficiencies in terms of location, product, physical evidence and promotion, has still managed to achieve quite high sales, so this research was conducted to answer the formulation of the problem related to the implementation of the 7P marketing mix in the Jokotole Collection and what is the role of the 7P marketing mix in increasing sales of Jokotole Collection batik from an Islamic economic perspective.

This research is a type of qualitative research to examine and analyze a phenomenon or condition of the research object. Then describe the phenomena that were directly captured by the researcher in depth, detail and comprehensively. Then the research data sources were obtained from primary data and secondary data by collecting data from interviews with related parties as well as from observations and documentation.

From the results of this study it can be concluded that from several elements of the 7P marketing mix seen from an Islamic perspective, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, which have been well implemented by the Jokotole Collection. By implementing a marketing mix that pays attention to Islamic elements in it, especially in the Jokotole Collection batik business, it will help the business grow and one of them is in terms of sales. Sales at the Jokotole Collection batik business have increased successfully, because they are very concerned about the quality and condition of the products sold, serving consumers in a friendly and patient manner, conveying information and explanations about products in detail and clearly. This shows that the Jokotole Collection in conducting transactions adheres to Islamic principles such as being honest and fair to consumers so that it helps lead them to success.

Keywords: Marketing Mix, Sales, Jokotole Collection