

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Analisa Strategi manajemen marketing pada pelaku UMKM produsen kerupuk Kalam Akbar ditinjau dari prespektif ekonomi Islam” merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum usaha berupa klasifikasi, dari hasil tersebut nantinya akan menganalisis manajemen marketing pada pelaku UMKM produsen kerupuk Kalam Akbar yang ditinjau dari prespektif ekonomi Islam.

Metode pendekatan penelitian diskriptif kualitatif dengan kehadiran peneliti sebagai pengumpul data, lokasi penelitian produsen kerupuk Kalam Akbar yaitu di Jl. Teluk Nibung Rt.2 Rw.1 No. 61 Desa Kauman Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan, obyek penelitian ialah analisis manajemen marketing yang akan dianalisis dengan perspektif ekonomi islam dan subyek penelitian ialah karyawan, pelanggan, dan pemilik usaha. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh melalui metode wawancara dan dokumentasi. Dan menggunakan aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Lalu uji keabsahan data.

Hasil penelitian menunjukkan gambaran umum usaha, sejarah, struktur organisasi, kondisi pengelolaan dalam dan luar perusahaan, hasil produk yang dihasilkan. Selanjutnya tentang manajemen marketing yang dilakukan oleh perusahaan yaitu perkumpulan seperti kelompok pengajian dan komite sekolah, bekerja sama dengan pusat oleh-oleh bangkalan, menyebarkan brosur dan kartu nama, media sosial (seperti tokopedia dan buka lapak). Dari manajemen marketing tersbut jika dianalisis dengan ekonomi islam mendapatkan hasil bahwa sesuai dengan pemasaran syariah yang memiliki nilai ketuhanan, etis, realistis, humanistik.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Ekonomi Islam, Produsen Kerupuk*

ABSTRACT

Research entitled "Analysis of Marketing Management Strategy on SMEs producers Kalam Akbar crackers viewed from the perspective of Islamic economics". is a study that aims to determine the general description of business in the form of klasifikasi, from the results will be analyzed marketing management on the perpetrators of SMEs Kalam Akbar crackers are viewed from the perspective of Islamic economics.

Qualitative descriptive research approach method with the presence of researchers as data collectors, research location Kalam Akbar crackers producers that is on Jl. Nibung Bay Rt.2 Rw.1 No. 61 Kauman Village, Socah Sub-District, Bangkalan District, research object is marketing management analysis which will be analyzed with Islamic economic perspective and research subject is employee, customer, and business owner. Data sources use primary and secondary data obtained through interview and documentation methods. And use activity in data analysis that is data reduction, display data, and conclusion drawing / verification. Then test the validity of the data.

The results of the study show the general picture of business, history, organizational structure, conditions of management inside and outside the company, the resulting product results. Furthermore, marketing management is done by companies such as associations such as pengajian groups and school committees, in collaboration with the center of souvenirs, distributing brochures and business cards, social media (such as tokopedia and open lapak). From marketing management tersbut if dianalisi with Islamic economy get results that in accordance with Islamic marketing that has the value of divinity, ethical, realistic, humanistic.

Keywords: Marketing Strategy, Islamic Economics, crackers Producer