

ABSTRAK

Ismi. 2023. Analisis Strategi Pemasaran Enje Mart dalam Menarik Minat Beli Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid. Pembimbing: (I) Faridy, M.H, (II) Moh. Idil Ghufron, M.E.I.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli Konsumen, Strategi Pemasarn Islami, Etika Bisnis Islam

Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya perkembangan ekonomi di Indonesia sehingga muncul persaingan ketat dalam dunia bisnis membuat perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik dalam menarik minat beli konsumen. Dalam menghadapi persaingan ini maka strategi pemasaran islam berperan sangat penting supaya tidak terjadi kecurangan dan penipuan dalam berbisnis syariah serta etika bisnis Islam yang diterapkan dalam setiap transaksinya seperti halnya setrategi pemasaran yang diterapkan oleh salah satu unit usaha pondok pesantren Nurul Jadid Jl. Kyai Haji Zaini Mun'im, Dusun Karang Anom. Kranganyar, Paiton Probolinggo yang dikenal dengan Enje Mart.

Dari beberapa uraian pemikiran yang telah penulis rangkum, maka terdapat beberapa titik fokus permasalahan yaitu : (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Enje Mart dalam menarik minat beli konsumen?, (2) Bagaimana strategi pemasarn yang diterapkan Enje Mart perspektif eekonomi Islam?

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif yang mana pendekatan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara dengan dua narasumber. Sementara jenis penelitian ini dengan menggunakan studi kasus yang menggambarkan, mengungkapkan serta memahami kehidupan dan tindakan-tindakan manusia, peristiwa, lingkungan dan situasi tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Enje Mart merupakan strategi pemasaran dengan Bauran Pemasaran yang mana didalamnya terdapat 4 unsur meliputi: *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Enje Mart juga menerapkan strategi pemasaran Islami yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan etika bisnis Islam dalam transaksinya dan penyampaian produknya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Puji syukur ke hadirat Allah SAW. Yang telah memberikan nikmat kepada penulis berupa kesehatan dan kebahagiaan sehingga diberi kemampuan untuk menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini.

Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Sang pembawa risalah Ilahi. Sang reformator sejati, Nabi Muhammad SAW, keluarga serta Sahabatnya yang setia mengikuti beliau. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. KH. Zuhri Zaini BA., selaku pengasuh pondok pesantren Nurul Jadid,
2. KH. Abdul Hamid Wahid, M.A.g selaku rektor Universitas Nurul Jadid.
3. Dr. H. Ahmad Fawaid, M.Th.I, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
4. Achmad Febriyanto, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam.
5. Faridy, M.H. sebagai pembimbing I dan Moh. Idil Ghufron, M.E.I sebagai pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu Dosen serta Seluruh Civitas Akademika Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang telah membimbing, memberikan motivasi dan telah mendukung penulisan skripsi ini.
7. Keluarga besar pengurus wilayah Al-Hasyimiyah.
8. Kepada ayah dan ibu tercinta yang telah mendidik dan membesarkan saya dan keluarga saya semua yang telah memberikan motivasinya kepada saya sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

9. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari isi maupun sistematika penulisan. Makadari itu, kritik dan saran kami harapkan dari berbagai pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat Amin.

Paiton, 13 Juli 2023

Penulis

