

ABSTRAK

David Wahyudi Iskandar, 2020. *Promosi Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada UD. Meubel Enam Enam Jungcangcang Pamekasan)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing Dr. Sri Haandayani, MM.

Kata Kunci : *Promosi Penjualan, Ekonomi Islam*

Promosi penjualan merupakan satu hal yang penting bagi suatu perusahaan, tidak terkecuali bagi UD Mebel Enam Enam. Promosi penjualan sebagai strategi penting bagi suatu perusahaan untuk dapat menarik minat calon pembeli agar segera membeli produknya dan dalam prakteknya yaitu sebagai pembeda bagi perusahaan dari kompetitornya.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua fokus permasalahan yang akan menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, Bagaimana Promosi Penjualan di UD. Meubel Enam Enam Jungcangcang Pamekasan; *Kedua*, Bagaimana Implementasi Etika Pemasaran Islam di UD. Meubel Enam Enam Jungcangcang Pamekasan.

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumenter. Informan dalam hal ini adalah Manager, Karyawan dan Pelanggan UD. Mubel Enam Enam Jungcangcang Pamekasan.

Hasil penelitian menunjukkan: *Pertama*, Pomosi penjualan yang dilakukan oleh UD. Meubel Enam Enam adalah melakukan promosi penjualan mnggunakan *sales marketing*, brosur, media sosial (*Facebook* dan *Whats App*) serta memberikan diskon harga pada produk-produk tertentu serta hadiah kepada pelanggan. Promosi penjualan yang dilakukan berhasil meningkatkan volume penjualan pada perusahaan; *Kedua*, Promosi penjualan di UD. Meubel Enam Enam mengimplementasikan prinsip pemasaran syariah dan etika promosi dalam Islam untuk menarik minat calon pembeli dan menjaga loyalitas pelanggan, dengan memberikan arahan dan perintah yang harus dipatuhi oleh karyawan dalam memasarkan produk dengan cara yang jujur, baik, sopan, santun, serta bertanggung jawab tanpa kedua belah pihak merasa dirugikan.