

## ABSTRAK

**Slamet Ansory**, 2020, *Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi pada Usaha Beras di Kertagena Laok Kadur Pamekasan)*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Lukmanul Hakim, M.E.I.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Islami, Daya Tarik, Konsumen

Saat ini persaingan bisnis haruslah profesional dan konsisten dalam memenuhi kebutuhan konsumennya, disamping harus berlomba-lomba dengan para pesaing dalam mempertahankan citra terhadap konsumen, produsen harus mempunyai strategi dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha, salah satunya usaha beras di desa Kertagena Laok. Usaha beras yang berada di Desa Kertagena Laok merupakan usaha beras petani asli Indonesia, namun dalam pemasarannya usaha tersebut masih terbilang sederhana. Usaha beras tersebut sudah berumur 15 tahun. Namun, dalam kenyataannya usaha beras yang ada di Desa Kertagena Laok dalam dua tahun terakhir penjualannya menurun, biasanya 30 ton dalam setiap bulan, menjadi 15 ton

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dua pokok persoalan, sehingga menghasilkan fokus penelitian. *Pertama*, Bagaimana strategi dan implementasi pemasaran Islami dalam meningkatkan daya tarik konsumen pada usaha beras di Kertagena Laok Kadur Pamekasan; *Kedua*, Faktor apa saja yang menyebabkan daya tarik konsumen tentang strategi pemasaran Islami pada usaha beras di Kertagena Laok Kadur Pamekasan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan mengambil lokasi penelitian di desa Kertagena Laok, sehingga penggalan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yaitu memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi yang bertujuan untuk menganalisa dalam setiap aspek untuk mendalami fokus penelitian.

Hasil penelitian sebagai berikut: *Pertama*, Strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan daya tarik konsumen yang dilakukan usaha beras di Kertagena Laok Kadur Pamekasan yaitu: strategi produk yang berupa produk pangan dari sumber alam asli Indonesia (petani), strategi harga yang cukup terjangkau, strategi promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan cara yang sederhana yaitu sistem dari mulut ke mulut; *Kedua*, Faktor daya tarik konsumen tentang strategi pemasaran dengan faktor selalu besikap jujur dan mengedepankan kualitas produk, dari segi harga menetapkan harga yang terjangkau, kemudian dari tempat yaitu memberikan rasa nyaman dan akses yang mudah dijangkau oleh para

konsumen, dan dari segi promosi selalu menekankan pada etika dalam bisnis, tidak melakukan curang, tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya, dan tidak menjelekkan bisnis orang lain dalam memasarkan produknya.