

ABSTRAK

Miftahul Ufron, 2022, *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Minat Beli Masyarakat Terhadap Kripik Tette Khas Desa Toronan Pamekasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing: Dr. R. Agoes Kamaroellah, M.Si

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Peningkatan minat beli*

Strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu untuk melanjutkan omset penjualan, makna lain dari strategi pemasaran adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh sesuatu pemahaman bahwa ketertarikan seseorang pada jasa atau barang tertentu dimulai dari seberapa banyak informasi yang mereka terima

Berdasarkan hal tersebut ada tiga pokok tujuan yang ingin di capai dalam dalam penelitian ini yang pertama, yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran kripik Tette khas Desa Toronan dalam upaya peningkatan minat beli masyarakat. Kedua, untuk mengetahui strategi pemasaran kripik Tette khas Desa Toronan dalam upaya peningkatan minat beli masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam. Ketiga, untuk mengetahui peluang dan tantangan penerapan strategi pemasaran kripik Tette khas Desa Toronan dalam peningkatkan minat beli masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi, Informannya adalah pengusaha kripik tette di desa Toronan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamat, dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette di desa Pengusaha kripik tette di Desa Toronan dalam strategi pemasarannya telah menerapkan strategi *marketing mix* yang menggunakan variabel 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Strategi *marketing mix* yang diterapkan juga sudah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan teori yang ada. *Kedua*, Strategi pemasaran yang dilakukan oleh kripik tette Desa toronan sesuai dengan prinsip pemasaran syariah yang mana menerapkan kejujuran dalam menjalankan usahanya, dan juga bertanggung jawab atas pekerjaan, serta mengedepankan komonikasi yang baik. *Ketiga*, dalam Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kripik tette di desa Toronan mengalami peluang dan juga tantangan. Peluang yang didapatkan dari strategi penjualan secara online dengan menggunakan media sosial sehingga bisa menjangkau pasar semakin luas. Tantangan dalam melakukan penjuln secara langsung adalah kurangnya jangkauan pasar yang lebih luas, serta kurangnya promosi yang mendukung.