

## ABSTRAK

**Aisyatul Furaisiyah**, 2022, *Peningkatan Omzet Penjualan Melalui Strategi Bisnis Kuliner dalam Perspektif Ekonomi Islam di Warung Sederhana Mbak Elin Pamekasan*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Ainol Yakin, SE., MM.

**Kata Kunci:** *Strategi Bisnis, Omzet Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam*

Strategi bisnis adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Bisnis yaitu suatu usaha yang mengorganisasikan untuk menghasilkan laba atau menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Semakin meningkatnya kebutuhan akan pangan, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis. Oleh karena itu pengusaha harus mampu mengembangkan strategi bisnis untuk meningkatkan usahanya salah satunya melalui strategi pemasaran. Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang inisiator kepada pelanggannya. Menurut ajaran Islam, kegiatan pemasar harus dilandasi dengan nilai-nilai Islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin kesejahteraan bersama. Salah satunya usaha penyedia makanan dan minuman jadi adalah warung makan. Warung sederhana Mbak Elin salah satu usaha makanan dan minuman yang berada di Desa Banban, Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan. Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi kajian utama dalam penelitian ini, yaitu, *pertama*, bagaimana strategi bisnis yang digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan pada warung sederhana Mbak Elin di bidang pemasaran, dan yang *kedua*, bagaimana penerapan strategi bisnis dibidang pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada warung sederhana Mbak Elin Perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan berupa kata-kata, dokumentasi dan gambar-gambar, artinya data ini tidak berbentuk angka-angka. Karena hal ini akan lebih mudah dan memperjelas bagian-bagian yang sedang diteliti bila diamati dengan proses.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, *pertama* strategi bisnis dibidang pemasaran yang digunakan pada warung sederhana Mbak Elin yaitu menggunakan strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi. *Kedua* Implementasi strategi bisnis dibidang pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan pada warung sederhana Mbak Elin Perspektif Ekonomi Islam sudah sesuai dengan teori-teori yang ada. Adapun hasil dari penerapan strategi bisnis dibidang pemasaran tersebut mengakibatkan omzet penjualan pada warung sederhana Mbak Elin setiap bulannya mengalami peningkatan. Seperti produk makanan yang dijual sudah dijamin bersih dan suci, harga jual yang standart/terjangkau, serta termpat yang menarik, dan promosi melalui media sosial dan memberikan pelayanan yang baik yaitu besikap sopan dan ramah.