

ABSTRAK

Abd. Mujib, 2024, *Strategi Pemasaran Pada Usaha Najwa Konveksi Di Desa Pacangaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura Pamekasan, Pembimbing: Dr. Sakinah, M.E.I

Kata kunci: *Strategi, Pemasaran, dan Ekonomi Islam*

Dalam mengelola bisnis tentu tidak lepas dari yang namanya strategi. Oleh sebab itu, tentu beberapa UMKM menerapkan strategi-strategi yang dapat diminati banyak orang, sehingga diperlukan banyak strategi agar dapat menjalankan usaha sesuai dengan target-target yang sudah ditentukan. Akan tetapi, sebagai seorang muslim tentu banyak nilai-nilai yang harus diterapkan guna usaha tersebut dapat diberkahi oleh Allah SWT.

Ada dua rumusan masalah yang dijadikan target pembahasan dalam penelitian ini. Pertama, untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Najwa Konveksi. Kedua, untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Najwa Konveksi sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data-data dari Usaha Najwa Konveksi Tersebut. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan pengamat, dan triangulasi sumber.

Hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan berbagai macam strategi yang dijalankan oleh Usaha Najwa Konveksi. strategi yang digunakan yaitu strategi pemasasaran secara *online* dan *offline* dan diperkuat dengan cara menjaga kualitas produk, harga yang cukup terjangkau, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dan juga, dalam menjalankan usahanya, Najwa Konveksi selalu berusaha untuk menerapkan kejujuran terkhususnya memperjelas kualitas produk dan nilai-nilai Islam lainnya, sebagaimana seorang muslim dapat bersikap baik kepada orang lain.