

ABSTRAK

Febriana Putri Kumala Sari, NIM 20.2.21.027. *Analisis Strategi penjualan kayu Di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi Jurusan Syaria'ah. Program Studi Ekonomi Syariah (ES), Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta (STAIS). Dibimbing oleh Mustatho, M.Pd.I selaku pembimbing I dan Mukhtar, M.Pd selaku pembimbing II.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi penjualan kayu di Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi dalam Perspektif Ekonomi Syariah dan untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat penjualan yang dihadapi perusahaan dalam industri kayu di Perusahaan kayu PT Gunung Gajah Abadi. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah seksi evaluasi dan sistem informasi manajemen hutan, pihak staf personalia PT Gunung Gajah Abadi. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik (pengumpulan data) observasi, wawancara, dokumentasi, dan data yang di peroleh, dikumpulkan, dan diolah secara deskriptif kualitatif.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dan analisis induktif untuk menekankan makna daripada generalisasi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di perusahaan tersebut. Sumber data terdiri dari sumber primer (staf perusahaan) dan sumber sekunder (artikel dan berita terkait). Analisis data menggunakan Miles & Huberman.

Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa Penjualan merupakan aspek krusial dalam menjalankan bisnis, baik skala besar maupun kecil. Keputusan terkait strategi penjualan dan saluran distribusi sangat penting untuk memastikan kelancaran proses penjualan yang menguntungkan perusahaan serta pihak terkait. Dalam konteks ekonomi syariah, penjualan harus berlandaskan pada prinsip ibadah kepada Allah SWT dan kemaslahatan bersama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan di PT Gunung Gajah Abadi, sebuah perusahaan kayu di Kalimantan Timur, dalam perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami.

Strategi pemasaran yang digunakan mengikuti konsep bauran pemasaran (4P), dengan fokus pada produk, harga, promosi, dan tempat. Produk kayu yang dijual memperhatikan karakteristik yang dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong, sementara penetapan harga disesuaikan dengan indikator harga yang berkualitas. Promosi dilakukan melalui platform digital dan pemasaran langsung, sedangkan distribusi memperhitungkan lokasi strategis di hutan Kalimantan Timur. Selain itu, penelitian mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penjualan kayu. Faktor pendukung meliputi kualitas produk yang tinggi, pengembangan produk baru, dan sistem informasi yang terintegrasi. Di sisi lain, faktor penghambat seperti cuaca yang tidak menentu dapat mengganggu proses produksi dan pengiriman.

Kata kunci: Strategi Penjualan, Ekonomi Syariah, Perusahaan Kayu PT Gunung Gajah Abadi