

ABSTRAK

Irhan. Nim 20.2.21.071. *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mr. Pentol Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Mustatho, M. Pd selaku pembimbing I dan H. Zanuar Anwari, Lc. M.S.I selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran usaha Mr. Pentol dalam meningkatkan penjualan dari perspektif ekonomi syariah di Kabupaten Kutai Timur. Dengan semakin dinamisnya persaingan perdagangan dan perubahan preferensi konsumen, diperlukan strategi yang efektif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran Mr. Pentol, serta mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kehalalan dalam strategi pemasaran.

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Mr. Pentol, Penjual, dan konsumen kedai Mr. Pentol. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik (Pengumpulan Data), Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan data yang diperoleh, dikumpulkan dan diolah secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha Mr. Pentol dalam meningkatkan penjualan di Sangatta dengan menggunakan bauran pemasaran 4P, yaitu Product, Price, Place, dan Promotion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mr. Pentol menggunakan bahan baku dari pasar induk Sangatta dan melakukan berbagai percobaan untuk menemukan resep yang sesuai. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan operasional, dengan harga eceran yang kompetitif. Pemilihan lokasi usaha di teras Eramart dan Indomaret yang strategis dan ramai pengunjung turut mendukung peningkatan penjualan. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, serta brosur, yang efektif dalam menarik dan meningkatkan jumlah pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi pemasaran 4P yang konsisten mampu meningkatkan volume penjualan.

Kata kunci: strategi pemasaran, penjualan, ekonomi syariah, Mr. Pentol, bisnis kuliner.