

ABSTRAK

Dalam rangka penyelesaian serta penganalisaan untuk membantu dan mempermudah untuk mengumpulkan data maka peneliti perlu fokus untuk satu titik yang akan menjadi sumber penelitian dan menjadi acuan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan yang ada pada rumusan masalah. Adapun fokus penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu pada PT. Sukses Makmur Jaya di Kota Makassar

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan model penelitian *descriptive research*. menurut Sugiyono (2016) bahwa penelitian *descriptive research* merupakan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian. *Descriptive research* menggunakan *survey* untuk mengumpulkan data mengenai berbagai subjek. Data tersebut di gunakan untuk mengetahui seberapa jauh suatu kondisi berbeda di temukan pada subjek yang di teliti.

Adapun Hasil dari Penelitian ini mencakup mengenai Strategi pemasaran PT. Sukses Makmur Jaya Makassar dari perspektif syariah, menerapkan strategi pemasaran yang terdiri atas 3 hal pokok, pertama penerapan karakteristik pemasaran yang syariah; kedua, penerapan etika bisnis syariah; ketiga, mencontoh praktik pemasaran dan sifat Nabi Muhammad saw., yaitu Siddiq (jujur, benar), Amanah (Dapat Dipercaya), Fathanah (Cerdas), dan Tabligh (komunikatif) yang diterapkan oleh Tim Marketing Chocolicious, baik outlet dan online.

Kata kunci : ANALISIS PEMASARAN, STRATEGI PEMASARAN, FUNGSI PEMASARAN

ABSTRACT

In order to complete and analyze to help and make it easier to collect data, researchers need to focus on one point which will be the source of research and become a reference for obtaining data that is in accordance with what is in the problem formulation. The research focus raised by the researcher is PT. Makmur Jaya Success in Makassar City

This type of research is qualitative research with a descriptive research model. According to Sugiyono (2016), descriptive research is a method for describing research results. Descriptive research uses surveys to collect data on various subjects. This data is used to find out how far a different condition is found in the subjects studied

The results of this research include the marketing strategy of PT. Sukses Makmur Jaya Makassar from a sharia perspective, implements a marketing strategy consisting of 3 main things, first, the application of sharia marketing characteristics; second, application of sharia business ethics; third, emulate the marketing practices and characteristics of the Prophet Muhammad, namely Siddiq (honest, true), Amanah (trustworthy), Fathanah (intelligent), and Tabligh (communicative) which are implemented by the Chocolicious Marketing Team, both outlets and online.

Keywords: MARKETING ANALYSIS, MARKETING STRATEGY, MARKETING FUNCTION

