

ABSTRAK

NUNUNG AYU, 2019 Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Roti Global di Kelurahan Kambiolangi Kabupaten Enrekang, Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak H. Muchram BL dan Pembimbing II Bapak Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi pemasaran yang islami pada Toko Roti Global dalam meningkatkan penjualan di Kelurahan kambiolangi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Sedangkan tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, pengamatan dan dokumen. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa, Toko Roti Global telah menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran yang Islami, dan telah menjalankan konten bisnis Islami yang terdiri dari Penerapan Karakteristik Pemasaran Islami, Penerapan Etika bisnis Islami dan mencontoh praktik pemasaran berdasarkan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabligh*.

Kata kunci : Strategi Pemasaran dan Etika Bisnis Islam



ABSTRACT

NUNUNG AYU, 2019 Islamic Marketing Strategy in Increasing Sales at Global Bakeries in Kambiolangi Village, Enrekang Regency, Thesis Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Guided by Advisor I Mr. H. Muchram BL and Advisor II Mr. Samsul Rizal.

This study aims to determine how Islamic marketing strategies at Global Bakeries in increasing sales in Kambiolangi Village. The type of research used in this study is a field research that produces descriptive data, in the form of written or oral data from people or observed behavior. While the data collection techniques used in this study were interviews, observations and documents. Based on the results of the study, it can be concluded that, the Global Bakery is in accordance with applying Islamic marketing strategies and theories, and has run Islamic business content consisting of the Application of Islamic Marketing Characteristics, Application of Islamic Business Ethics and modeling marketing practices based on the nature of the Prophet Muhammad SAW Siddiq, Amanah, Fathanah and Tabligh.

Keywords: Marketing Strategy and Islamic Business Ethics

