

ABSTRAK

Hidayati, Risqi, 2023 **Efektivitas Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Di Desa Jatigunting Wonorejo Pasuruan Dalam Menghadapi Era Pasca Pandemi**. Skripsi. Pendidikan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan. Pembimbing: 1). Moh. Mukhsinin Syu'abi, S.E.S.y.,M.E.I

Kata Kunci: Efektivitas, Strategi Pemasaran Syariah, UMKM

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi yang pertama mengetahui Strategi Pemasaran Syariah yang diterapkan oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Jatigunting, Wonorejo, Pasuruan dalam Mempertahankan Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pasca pandemi covid-19. Kedua, untuk mengetahui efektifitas strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) desa Jatigunting, Wonorejo, Pasuruan dalam menghadapi masa pasca pandemi. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian ini menganalisis dan memaparkan hasil melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, serta validitas metode Triangulasi. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Jatigunting Wonorejo Pasuruan menggunakan strategi pemasaran syariah dengan 7P, yaitu produk, harga, promosi, lokasi, proses, manusia, dan bukti fisik hanya pada promosi yang tidak dilakukan selama era pasca pandemi. Selain strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Jatigunting Wonorejo Pasuruan juga telah menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam. Efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan sudah efektif bertahan di masa pasca pandemi.

ABSTRACT

Hidayati, Risqi, 2023 The Effectiveness of Sharia Marketing Strategies for micro small medium enterprises in Jatigunting Village, Wonorejo, Pasuruan in Facing the Post Pandemic Era. Thesis. Sharia Economic Education, Faculty of Islamic Religion, Yudharta University Pasuruan. Advisors: 1). Mukhsinin Syu'aibi, S.E.S.y., M.E.I

Keywords: Effectiveness, Syariah marketing strategy, Micro small and medium enterprises

This study aims, firstly, to find out the syariah marketing strategy carried out by micro small medium enterprises (UMKM) in Jatigunting Wonorejo Pasuruan Village in maintaining micro small medium enterprises (UMKM) businesses in The era after the covid-19 pandemic. The techniques used are qualitative research, where this study analyzes and describes the findings orally and in writing through observation, interviews and documentation. The data sources used are primary and secondary data, as well as data validity techniques using Tringulatoin. It can be obtained that the strategi used by micro small medium enterprises (UMKM) in Jatigunting Village Wonorejo Pasuruan in maintaining their business by implementing a sharia marketing strategy through 7P namely product, price, promotion, place, process, people, and physical evidence physical only on promotions that were not carried out during the post-pandemic era. In addition to the marketing mix strategy used by micro small medium enterprises (UMKM) in Jatigunting Wonorejo Pasuruan Village, they have also implemented a marketing strategy in strategy in accordance with Islamic sharia. The effectiveness of the marketing strategy implemented has been affective in surviving the post pandemic era.

مستخلص البحث

هداية,رصقي ٢٠٢٣ , فعالية استراتيجيات التسويق المتوافقة مع الشريعة للمشاريع الصغرى والصغيرة والمتوسطة في قرية جاتيجونتينغ ، وونوريجو ، باسوروان في مواجهة عصر ما بعد الجائحة. أطروحة. تعليم الاقتصاد الشرعي ، كلية الدين الإسلامي ، جامعة يودارتا باسوروان. المستشارون: ر: ١) موه. محسنين سيعبي بكالوريوس الاقتصاد ماجستير الاقتصاد الإسلامي

الكلمات المفتاحية: التسويق الشرعي ، المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، استراتيجية التسويق

تهدف هذه الدراسة ، أولاً ، إلى معرفة استراتيجية التسويق المتوافقة مع الشريعة التي نفذتها الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في قرية جاتيجونتينغ وونوريجو باسوروان في الحفاظ على الأعمال التجارية في المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في حقبة ما بعد جائحة كوفيد. الطريقة المستخدمة هي البحث النوعي ، حيث يقوم هذا البحث بتحليل ووصف النتائج شفويًا وخطيًا من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والثانوية ، وكذلك تقنيات صحة البيانات باستخدام. التثليث يمكن الحصول على الإستراتيجية التي تستخدمها الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في جاتيجونتينغ وونوريجو باسوروان في الحفاظ على أعمالها من خلال تنفيذ إستراتيجية تسويق متوافقة مع الشريعة من خلال ف٧ وهي المنتج والسعر والترويج والمكان والعملية والأشخاص والأدلة المادية. بالإضافة إلى استراتيجية المزيج التسويقي التي تستخدمها الشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في قرية جاتيجونتينغ وونوريجو باسوروان ، فقد نفذوا أيضًا استراتيجية تسويق وفقًا للشريعة الإسلامية. كانت فعالية استراتيجية التسويق المنفذة فعالة في النجاة من حقبة ما بعد الجائحة.