

ABSTRAK

Ai siti Asmalasari (1209220006): *Strategi Pemasaran pada UMKM Wajit Pusaka Utama untuk Meningkatkan Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Syariah*

Penciptaan Lapangan kerja UMKM dapat berperan penting dalam Perekonomian Indonesia. Setiap perusahaan memerlukan manajemen pemasaran yang baik dan profesional untuk mempertahankan kelangsungan dan perkembangan usahanya. Banyaknya bisnis dalam makanan daerah dan banyak bermunculan makanan instan seperti *junk food* tentu saja membuat persaingan UMKM semakin ketat. Implementasi strategi berlandaskan prinsip ekonomi syariah dapat membuka peluang baru bagi Wajit Pusaka Utama dari persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Wajit Pusaka Utama berdasarkan prinsip Ekonomi Syariah; 2) Strategi pemasaran UMKM Wajit Pusaka Utama dalam meningkatkan penjualan.

Strategi pemasaran melibatkan semua proses terkait dalam perencanaan dan pengaturan harga, serta promosi dan mendistribusikan produk (barang atau jasa) untuk memenuhi kebutuhan pelanggan/ konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapat data real di lapangan dalam pemasarannya. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu dalam melakukan strategi pemasaran Toko UMKM Wajit Pusaka Utama telah menerapkan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah yaitu prinsip transparansi, keadilan, keberkahan dan kehalalan. Dimana harga yang ditawarkan juga transparansi. Modal yang digunakan tidak dari hasil peminjaman dari bank atau lembaga lainnya. Produk yang diproduksi sudah di jamin kehalalannya dapat dilihat dari kemas sudah terdapat logo halal serta sertifikasi halal. Strategi pemasaran dalam Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi). Produk yang berkualitas dari bahan baku yang digunakan dan proses pembuatan, tempat yang strategis dengan dengan jalan raya dan pasar serta promosi yang dilakukan dengan berkjasama dengan komunitas ini mencakup sponsor acara, menjadi mitra dalam kegiatan. Namun hal tersebut harus ada inovasi terbaru seperti: a) Kemasan kecil dan menggunakan teknologi vakum b) Menjalinkan kemitraan dengan toko modern atau minimarket; b) Bekerjasama dengan layanan pengiriman cepat; c) Peningkatan kehadiran digital dan mengimplementasikan sistem pembayaran digital seperti QRIS; serta d) Pembukaan cabang.

Kata Kunci: *Ekonomi Syariah, Penjualan, Strategi pemasaran, UMKM*