

ABSTRAK

Skripsi ini di tulis oleh NURHAMIDAH dengan NIM 3221026 yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA PANDAI BESI DALAM PERSEPKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS : NAGARI CUBADAK, KECAMATAN DUA KOTO, KABUPATEN PASAMAN)”**. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha pandai besi di Nagari Cubadak, Kecamatan Dua Koto, Kabupaten Pasaman dalam perspektif ekonomi islam. Usaha pandai besi merupakan salah satu sektor usaha mikri kecil menengah (UMKM) yang berperan penting dalam menunjang perekonomian masyarakat setempat. Namun usaha pandai besi ini menghadapi berbagai tantangan seperti penurunan pendapatan, kualitas bahan baku yang kurang baik, keterbatasan modal, serta belum optimalnya pemanfaatan strategi pemasaran.

Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan pengeumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pelaku usaha pandai besi dan pihak terkait. Analisis data menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weakneses, Opportunities, Threats*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan adalah strategi SO yaitu (memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang) yang meliputi peningkatan kualitas dan variasi produk, pemasaran melalui media sosial, dan pasar lokal. Dalam perspektif ekonomi islam, strategi pemasaran harus berlandaskan nilai-nilai syariah seperti kejujuran (*shiddiq*), keterbukaan (*tabligh*), Amanah dan kecerdasaran (*fathanah*). Upaya strategi yang sesuai dengan prinsip syariah dinilai dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan serta kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pendapatan, Pandai Besi, Ekonomi Islam, SWOT.