

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Kacang Goreng Dalam Upaya Memperluas Pasar Dilihat Dari Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus: Kacang Goreng Nini di Sungai Pandahan, Kec. Lubuk Sikaping, Kab. Pasaman).**” Disusun oleh **Suci Anisa Sari, Nim 3722005**, Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi belum optimalnya strategi pemasaran pada usaha Kacang Goreng Nini di Sungai Pandahan, Kec. Lubuk Sikaping, Kab. Pasaman dalam upaya memperluas jangkauan pasar. Meskipun secara umum penjualan di daerah lokal cukup stabil, namun penjualan ke luar daerah masih bersifat tidak tetap dan perlu pengembangan strateginya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran kacang goreng dalam upaya memperluas pasar dilihat dari perspektif manajemen bisnis syariah pada Kacang Goreng Nini di Sungai Pandahan, Kec. Lubuk Sikaping, Kab. Pasaman.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mendapat gambaran dan menganalisis fenomena yang terjadi secara mendalam. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pihak yang terlibat yaitu pemilik usaha sebagai informan utama dan karyawan sebagai informan pendukung penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kacang goreng nini telah menerapkan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga dan tempat dengan cukup baik. Penerapan strategi tersebut telah dilakukan secara efektif dan disesuaikan dengan perspektif syariah. Namun, dalam penerapan strategi promosi belum dilakukan secara optimal sehingga penerapannya hanya berlaku untuk pemasaran daerah lokal saja dan belum efektif untuk diterapkan pada pemasaran ke luar daerah dalam upaya memperluas pasar.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam upaya memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, usaha Kacang Goreng Nini di Sungai Pandahan, Kec. Lubuk Sikaping, Kab. Pasaman perlu mengoptimalkan kombinasi bauran pemasaran secara efektif dan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini agar dapat memperluas pasar ke luar daerah dan tetap disesuaikan dengan perspektif syariah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Usaha Kacang Goreng, Bauran Pemasaran