

ABSTRAK

Skripsi “**Analisis Strategi Pemasaran Pupuk Dalam Etika Bisnis Islam Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Toko Central Jaya Tani Kec. Koto Salak Dharmasraya)**” disusun oleh Sasra Fiana, NIM 3722036, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Sumatra Barat dalam membahas strategi pemasaran pupuk pada toko central jaya tani Kec. Koto Salak Dharmasraya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Toko Pupuk Central Jaya Tani ditinjau dari bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) serta perspektif etika bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan pemilik toko, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pupuk Central Jaya Tani memiliki keunggulan pada kualitas dan keaslian produk pupuk serta pelayanan edukasi kepada petani. Strategi harga ditetapkan dengan mengikuti harga pasar agar tetap kompetitif, meskipun dipengaruhi oleh kenaikan harga dari distributor. Lokasi toko yang strategis mendukung kemudahan akses konsumen, namun masih terdapat kendala dalam distribusi dan ketersediaan stok. Strategi promosi dilakukan melalui media sosial dan promosi dari mulut ke mulut, meskipun menghadapi persaingan harga dan promosi dari toko lain. Ditinjau dari etika bisnis Islam, strategi pemasaran yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip kejujuran, amanah, dan keadilan. Dengan demikian, strategi pemasaran Toko Pupuk Central Jaya Tani dinilai cukup baik dan berpotensi untuk dikembangkan guna meningkatkan daya saing usaha.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Etika Bisnis Islam.