

## ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Suci Indah Sari** dengan **NIM 3722062** Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul “***Analisis Pemasaran pada Home Industry Rakik Pisang di Nagari Padang Tarok Kecamatan Baso Kabupaten Agam Perspektif Bisnis Syariah***”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya penerapan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha rakik pisang, yaitu dari bauran pemasaran 4P aspek produk, harga, distribusi, maupun promosi. Pemasaran yang dilakukan masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran pada *home industry* rakik pisang di Nagari Padang Tarok Kecamatan Baso Kabupaten Agam ditinjau dari perspektif bisnis syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha rakik pisang yang berada di Nagari Padang Tarok. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek produk, pelaku usaha telah menjaga kualitas rasa dan kebersihan produk, namun kemasan masih sederhana dan belum mencantumkan label halal serta tanggal kedaluwarsa. Dari aspek harga, penetapan harga dilakukan secara adil dan wajar. Dari aspek distribusi, penyaluran produk dilakukan melalui penjualan langsung, agen, dan titipan di warung-warung dengan prinsip tanggung jawab dan amanah. Sementara dari aspek promosi, kegiatan pemasaran masih terbatas pada promosi dari mulut ke mulut, *WhatsApp*, dan pendaftaran lokasi di *Google Maps*. Secara keseluruhan, praktik pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan prinsip bisnis syariah, yaitu kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Namun, masih diperlukan pengembangan strategi pemasaran, khususnya dalam inovasi kemasan dan pemanfaatan media digital agar daya saing produk meningkat dan jangkauan pasar menjadi lebih luas.

***Kata Kunci: Pemasaran, Home Industry, Rakik Pisang, Bisnis Syariah***