ABSTRAK

Siti Hidayati Rahmi, 2019. *STRATEGI PEMASARAN USAHA BATU PERMATA PADA TOKO KALIMANTAN'S DI MARTAPURA*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra Naimah, M.H. pembimbing (II) Ibu Rohana Faridah, S.E., M. M .

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Batu Permata.

Penelitian ini dilatar belakangi dari keterkaitan akan banyaknya pengusaha yang menggeluti usaha batu permata yang ada di Martapura sehingga semakin banyaknya pengusaha yang serupa menggeluti dibidang usaha batu permata ini, dilihat dari beberapa sumber bahwa bisnis ini sudah mampu memasuki pasar nasional seperti ke luar daerah Kalimantan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran usaha batu permata pada toko Kalimantan's di Martapura dan kendala-kendala nya.

Jenis penelitian adalah lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif, berlokasi di Komplek Pertokoan Cahaya Bumi Selamat (CBS) Blok D4/13 Martapura Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, subjek ini adalah pemilik toko Kalimantan's yang dijadikan sebagai informan, objek dari penelitian ini bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha batu permata pada toko Kalimantan's di Martapura, teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara. Teknik pengolahan data yang ada secara editing, data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif, dengan tahapan data yang dibuat kemudian dilakukan penelaahan konsep hasil penelitian dan pembahasan terhadap data yang diuraikan sehingga diperoleh kesimpulan.

Hasil penelitian ini yaitu: *Pertama*, strategi pemasaran usaha batu permata pada toko Kalimantan's di Martapura berupa strategi produk dengan cara menjaga kualitas serta menawarkan produk beraneka ragam, strategi harga bervariasi dari harga Rp.5000,00 sampai puluhan juta untuk batu permata, strategi distribusi yaitu pelanggan rata-rata datang sendiri ke toko ada juga penjualan melalui acara pameran, dan strategi promosi melalui baliho dan tas atau paper bag. *Kedua*, kendala yang dihadapi adalah kurangnya bahan baku dan persaingan penjualan dengan toko lain.