

## ABSTRAK

**Ahmad Khuwailid.** 2021. *Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan (studi Pacman Store)*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : (I) Prof. Dr. H. A. Hafiz Anshary AZ, M.A. (II) Dra. Hj. Noorwahidah Haisy, M.Ag.

**Kata Kunci :** Strategi, Pemasaran Islam, Toko Pacman Store

Penelitian ini berlatar belakang toko Pacman Store yang dibuka dari tahun 2016 hanya dengan menyewa toko kecil sampai sekarang sudah bisa menyewa toko yang lebih besar. Dalam Strategi Pemasaran, toko Pacman Store tidak hanya menggunakan strategi pemasaran konvensional, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Islam yang bagaimana yang diterapkan oleh toko Pacman Store dalam meningkatkan penjualan dan mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh toko tersebut dalam menerapkan strategi itu.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reserch*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini berlokasi di toko Pacman Store, Amuntai, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Data diperoleh melalui wawancara dengan informan dan observasi, kemudian dideskripsikan. Data yang diperoleh disajikan secara sistematis yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan, yaitu : *Pertama*, strategi pemasaran Islam yang diterapkan oleh toko Pacman Store adalah meyakini bahwa setiap kegiatan usahanya diawasi oleh Allah SWT. mengedepankan akhlak dalam berbisnis, mempromosikan suatu produk menggunakan gambar asli agar terhindar dari *Gharar* atau ketidakjelasan, dan tidak membeda-bedakan pelanggan. Etika yang dimiliki toko Pacman Store adalah kedua karyawan Pacman Store bersungguh-sungguh dalam bekerja, sangat teliti dalam menjaga kualitas produk, pengurangan penggunaan kertas untuk promosi karena sudah bisa melalui media sosial, dan kerja keras untuk mengembangkan usaha. Dan mencontoh praktik Nabi Muhammad Saw dalam variabel pemasaran bauran dengan sifat-sifat Nabi Muhammad Saw. adalah produk yang dijual brand lokal yang berkualitas, penentuan suatu harga tergantung kualitas produk, dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, toko Pacman Store menerapkan hak Khiyar atau hak pengembalian barang dengan waktu 2 hari, Tempat yang sangat nyaman dan sangat strategis karena letaknya berada di pusat perbelanjaan kota dan berada di jalur provinsi, dan mempromosikan produk-produk menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook dengan Realpict ( gambar asli ). Sedangkan dalam analisis SWOT toko berada dalam posisi kuat yang berarti mampu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan kekuatan serta dapat menghindari ancaman dengan memaksimalkan peluang.