

## ABSTRAK

**SITI JUHRATUNNISA.** 2016. *Strategi Pemasaran Beras di Pasar Kindai Limpuar Gambut (Studi Kasus Pada Toko Riza di Kecamatan Gambut)*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, MA, (II) Sa'adah, S. Ag, M.H.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Toko Riza, pasar Kindai Limpuar Gambut.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan antar penjual dalam memasarkan beras di pasar. Salah satu beras yang cukup diminati pada Pasar Kindai Limpuar Gambut adalah beras Unus Mayang. Dalam memasarkan beras, pemilik Toko Riza harus memiliki strategi pemasaran yang baik, selain itu pemilik Toko Riza juga perlu mencari tahu kendala dalam memasarkan beras di Pasar Kindai Limpuar gambut. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Toko Riza dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan beras di pasar Kindai Limpuar.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumenter. Sedangkan masalah dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran beras yang dilakukan Toko Riza di pasar Kindai Limpuar Gambut. Dan kendala yang dihadapi Toko Riza dalam memasarkan beras di Pasar Kindai Limpuar Gambut.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pemasaran beras pada Toko Riza di Pasar Kindai Limpuar Gambut sudah sesuai dengan prinsip syariah karena menerapkan nilai yang ditanamkan oleh Rasulullah saw, yaitu berbisnis yang adil dan jujur untuk menghasilkan kemandirian dan kesejahteraan bagi masyarakat, mencintai konsumen, amanah, dan melakukan segmentasi pasar. Strategi pemasaran yang digunakan Toko Riza yaitu menyediakan barang secara lengkap dan melakukan strategi promosi dari mulut kemulut guna informasi yang tersampaikan secara tepat. Sedangkan kendala dalam memasarkan beras ini adalah persediaan barang yang terbatas terlebih lagi jika menjelang bulan Ramadhan dan Hari raya sedangkan permintaan meningkat, dan untuk lahan parkir yang sempit karena akses jalan dekat dengan toko.

Strategi pemasaran beras yang dilakukan Toko Riza di Pasar Kindai Limpuar Gambut telah sesuai dengan teori pemasaran. Selain menyediakan stok yang lengkap dan promosi langsung dari mulut kemulut, pemilik Toko Riza juga memasarkan beras dengan kualitas yang bagus tanpa merugikan konsumen. Sedangkan kendala dalam pemasaran beras ini adalah banyaknya saingan pasar dari penjual beras lain yang mengeluarkan sejenis dengan Toko Riza.