

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS LPG
BERSUBSIDI 3KG DITINJAU DARI PERSPEKTIF ISLAM
(STUDI PT. ASIAH PUTRA GAS DI KABUPATEN
LAMONGAN)**

Nama Mahasiswa : Denes Dwi Kustiningrum

NIM : 1031710015

Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRAK

Semakin berkembangnya dunia bisnis saat ini, menjadikan pemasaran sebagai pendorong untuk dapat meningkatkan penjualan agar tujuan perusahaan bisa dicapai. Pemasaran sendiri merupakan bentuk muamalah yang dibenarkan oleh Islam, selagi setiap proses transasinya sesuai dengan ketentuan syariah. Pada saat ini salah satu bidang bisnis yang potensial adalah bidang energi, produk energi yang saat ini telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Produk energi tersebut ialah LPG (*Liquid Petroleum Gas*). Dengan terbukanya peluang menjadi perusahaan agen gas LPG 3Kg tidak menutup kemungkinan masuknya para agen baru dalam dunia bisnis ini yang membuat persaingan antar perusahaan agen gas LPG kian ketat agar bisa melaksanakan visi, misi dan tujuan dari perusahaan. Dalam hal ini pentingnya pemasaran dalam sebuah usaha agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Maka dari itu agar PT. Asiah Putra Gas agar mampu bersaing dengan para agen LPG bersubsidi lainnya dengan menerapkan sebuah strategi yang tepat dengan menggunakan strategi bauran pemasaran, yang mana dalam bauran pemasarannya sendiri dapat dilakukan menggunakan prinsip syariah yang tidak jauh berbeda dengan bauran pemasaran pada umumnya yang terdiri dari empat komponen: produk, harga, distribusi, dan promosi. Bagaimana strategi bauran pemasaran pada bisnis LPG bersubsidi 3Kg pada PT. Asiah Putra Gas di Kabupaten Lamongan jika ditinjau pada perspektif Islam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi bauran pemasaran pada bisnis LPG bersubsidi 3Kg pada PT. Asiah Putra Gas di Kabupaten Lamongan yang ditinjau dari perspektif Islam. Metodologi yang digunakan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi strategi bauran pemasaran PT. Asiah Putra Gas yang sudah dilakukan sesuai prinsip bauran pemasaran syariah melalui produk (*product*), harga (*price*), tempat (*tempat*), promosi (*promotion*).

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, LPG Bersubsidi 3Kg, Perspektif Islam

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



**MARKETING MIX STRATEGY IN THE 3KG SUBSIDIED
LPG BUSINESS VIEW FROM ISLAMIC PERSPECTIVE
(STUDY AT PT. ASIAH PUTRA GAS IN LAMONGAN
DISTRICT)**

Name : Denes Dwi Kustiningrum

Student Identity Number : 1031710015

Supervisor : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRACT

The growing business world today, makes marketing a driving force to increase sales so that the company can be achieved. Marketing itself is a muamalah that is justified by the form of Islam, as long as each transaction process is in accordance with sharia provisions. At this time, one of the potential business fields is energi, an energi product which has now become a basic need of society. The energi product is LPG (Liquid Petroleum Gas). With the opportunity to become a 3Kg LPG gas agent company, it does not rule out the entry of new agents in this business world which makes the competition between LPG 3 gas agent companies increasingly tight in order to carry out the mission and goals of the company. In this case the importance of marketing in a business in order to achieve the desired goals. Therefore, so that PT. Asiah Putra Gas to be able to compete with other subsidized LPG agents by implementing the right strategy using a marketing mix strategy, which in its own marketing mix can be done using sharia principles which are not much different from the marketing mix in general which consists of four components: product, pricing, distribution, and promotion. How is the marketing mix strategy in the 3Kg subsidized LPG business at PT. Asiah Putra Gas in Lamongan Regency when viewed from an Islamic perspective. The purpose of this study is to determine the marketing mix strategy in the 3Kg subsidized LPG business at PT. Asiah Putra Gas in Lamongan Regency from an Islamic perspective. The methodology used is through interviews, observation and documentation. The results of this study aim to determine the implementation of the marketing mix strategy of PT. Asiah Putra Gas which has been carried out in accordance with the principles of the sharia marketing mix through product, price, place, promotion.

Keywords: Marketing Mix Strategy, 3kg Subsidized LPG Islamic, Perspective