

# ANALISIS PROSES PEMILIHAN *BRAND* DAN CARA *BRANDING* YANG SESUAI DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Nama : Farah Nur Aulia  
Nim : 1031610013  
Dosen Pembimbing : Wahyu Agung Handono, S.E., M.M

## ABSTRAK

*Branding* merupakan faktor penting dalam sebuah usaha untuk menentukan masa depan dan tujuan suatu usaha yang dibangun. Sehingga dibutuhkan konsep atau strategi yang matang untuk menciptakan *brand* yang siap bersaing dipasar. Akan tetapi saat ini banyak *brand-brand* yang sengaja menggunakan *brand* yang berbau negatif dan menentang ajaran agama dalam produknya. Sebagai seorang hamba seharusnya kita tunduk dan patuh pada syariat-syariat yang ditetapkan agar kita senantiasa menjadi hamba yang taat dan takut pada larangan Allah SWT. Sebagai implementasi dari perintah tersebut, salah satu strategi yang patut diterapkan adalah melakukan pemilihan *brand* dan cara *branding* yang sesuai dengan syariat islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses pemilihan *brand* dan cara *branding* yang sesuai dengan syariat islam sehingga mudah untuk mengimplementasikannya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kepustakaan dengan sumber data penelitian yang diambil yaitu buku *Marketing To The Middle Class Muslim* (Yuswohadi dkk, 2015). Setelah diperoleh hasil pembahasan, selanjutnya dilakukan penelitan melalui media internet youtube sebagai pendukung dari pendapat yang terdapat pada buku dan jurnal terkait penelitian. Selanjutnya mengambil kesimpulan dari sumber data yang dimiliki.

**Kata Kunci :** *Brand, Branding, Syariat Islam*