

**STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP
PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA KERIPIK USUS AYAM DI NYY
SARI UTAMA BANJAR MLATI SURABAYA UNTUK MENINGKATKAN
PROFIT PENJUALAN**

Nama Mahasiswa : Selisetia Ayu
Nim : 1031510058
Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik B.A. (Hons).,
M.Ec., CFP

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangatlah maju pesat. Berbagai macam bisnis sudah bisa dilakukan oleh semua orang. Mulai dari bisnis makanan, minuman, pakaian, bahkan bisnis di bidang jasa juga bisa dilakukan saat ini. Bisnis Home Industri makanan ringan banyak sekali di jumpai di beberapa daerah-daerah, salah satunya di Kota Surabaya lebih tepatnya berada di jalan Banjar Mlati Gg 2 kecamatan Lakarsantri ini membuka bisnis rumah tangga kripik usus ayam. Penelitian ini meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam terhadap produk Industri Rumah Tangga kripik usus ayam untuk meningkatkan profit penjualan. Tentang apakah home industry ini dalam pemasarannya sudah sesuai Syariat Islam atau belum. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder yang didapat dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. lalu data yang diperoleh dikumpulkan secara kategori lalu disatukan menjadi rangkaian yang berkesinambungan. Dari hasil Penelitian yang dilakukan di Nyy Sari Utama, bahwasannya sedikit banyak Nyy Sari Utama sudah melakukan Strategi Pemasaran sesuai Syariat Islam. Meskipun tidak ada pedoman yang nyata, tetapi Nyy Sari Utama ini sudah menerapkan banyak Strategi Pemasaran Islam. Beberapa diantaranya yaitu tetap menjalankan kewajiban sebagai umat muslim, selalu berinovasi, selalu mengedepankan kejujuran, dan menjaga kepercayaan konsumen.

Kata kunci: *Field research*, Nilai-nilai syari'ah, Strategi pemasaran.