

ABSTRAK

Miptah Parid (2021): **Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada PT. Karya Mandiri Sempurna Kota Bekasi**

Tujuan utama dari sebuah perusahaan ialah pencapaian *profit* (laba) dan hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Semua barang produksi yang ada di PT. Karya Mandiri Sempurna memiliki kualitas sesuai merk serta harga yang berbanding lurus dengan kualitas yang didapat. Mereka transparan dengan barang yang mereka jual, jika kualitasnya buruk mereka akan katakan itu buruk, sebaliknya jika kualitasnya bagus mereka juga akan katakan itu bagus. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana konsep pemasaran menurut sudut pandang kajian ekonomi Islam, Bagaimana strategi pemasaran Islami PT. Karya Mandiri Sempurna dalam meningkatkan penjualan, Bagaimana analisa kelebihan dan kekurangan penerapan strategi pemasaran Islami pada PT. Karya Mandiri Sempurna. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Jenis penelitian ini adalah Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Dalam penelitian ini sumber data primer berupa katakata diperoleh dari wawancara dengan para informan yang telah ditentukan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan pelaksanaan pola, strategi, mekanisme, atau metode manajemen pemasaran berbasis islami dalam meningkatkan pendapatan perusahaan PT. Karya Mandiri Sempurna Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsep pemasaran dalam sudut pandang ekonomi Islam merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang pelaku bisnis kepada pelanggan (konsumen). Kegiatan pemasar harus dilandasi dengan nilai-nilai islami yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin kesejahteraan bersama. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Karya Mandiri Sempurna telah menerapkan karakteristik pemasaran Islami yang terdiri dari: *pertama*, ketuhanan; *kedua*, etis (akhlak); *ketiga*, realistik, *keempat*, humanistik. Strategi pemasaran PT. Karya Mandiri Sempurna sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli. Etika pemasaran dalam hubungannya dengan produk yaitu halal dan *thayyib*, produk yang berguna dan dibutuhkan, produk yang berpotensi ekonomi, produk yang bernilai tambah yang tinggi, dan produk yang dapat memuaskan masyarakat. PT. Karya Mandiri Sempurna telah menerapkan praktik pemasaran Nabi Muhammad SAW yaitu *shiddiq*, amanah, fatanah, dan tabligh. Sehingga tanpa merugikan dan berlaku curang terhadap konsumen ataupun pihak pesaing. Adapun faktor kelebihan pemasaran PT. Karya Mandiri Sempurna adalah kemudahan dalam akses penjualan dan pembelian barang berada di tengah pusat perbelanjaan sehingga semakin mudah membuat akses