

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK REOMAH BROWNIES JAMBI

Nania Saqina¹, M. Nazori², Aztyara Ismadharliani³
^{1,2,3}UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
naniafaqina@gmail.com¹, nazorimajid@uinjambi.ac.id²,
aztyaraisma@uinjambi.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Islamic marketing strategies in increasing product sales at Roemah Brownies Jambi. The research is motivated by the importance of applying Islamic values in marketing activities to build consumer trust and enhance business competitiveness. The research method used is field research with a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving the owner, employees, consumers, and resellers of Roemah Brownies Jambi. The findings indicate that the Islamic marketing strategy implemented integrates the values of shiddiq (honesty), amanah (trustworthiness), fathanah (wisdom), and tabligh (communicativeness) in marketing activities. In addition, the company applies the Islamic marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The implementation of these strategies successfully increases consumer trust, strengthens customer loyalty, and contributes to higher product sales. The challenges faced include increasing business competition, changing consumer trends, and maintaining consistency in implementing Islamic values. This study concludes that Islamic marketing strategies play a significant role in increasing sales while ensuring sustainable business growth.

Keywords: *Islamic Marketing, Sales, Consumer Trust, Roemah Brownies Jambi.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan produk di Roemah Brownies Jambi. Penelitian dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas pemasaran guna membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik, karyawan, konsumen, serta reseller Roemah Brownies Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan telah mengintegrasikan nilai kejujuran (shiddiq), amanah, fathanah, dan tabligh dalam aktivitas pemasaran. Selain itu, perusahaan juga menerapkan bauran pemasaran syariah yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, serta berdampak pada peningkatan penjualan produk. Kendala yang dihadapi antara lain persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan tren konsumen, dan

perlunya konsistensi dalam menjaga nilai-nilai syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan sekaligus membangun keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Pemasaran Syariah, Penjualan, Kepercayaan Konsumen, Roemah Brownies Jambi.

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut pelaku bisnis untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus berlandaskan nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan keberkahan. Konsep pemasaran syariah menjadi salah satu alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen.

Pemasaran syariah merupakan sistem pemasaran yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam dalam seluruh aktivitas bisnis. Karakteristik utama pemasaran syariah meliputi rabbaniyah (religius), akhlaqiyyah

(etis), al-waqi'iyah (realistis), dan al-insaniyyah (humanistik). Melalui karakteristik tersebut, pemasaran syariah tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, tetapi juga aspek moral dan spiritual.

Roemah Brownies Jambi merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang berkembang di Kota Jambi dan menerapkan strategi pemasaran syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Penerapan nilai-nilai syariah dalam pemasaran diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga berdampak pada peningkatan penjualan produk. Namun demikian, pelaksanaan strategi pemasaran syariah tidak terlepas dari berbagai tantangan seperti persaingan usaha, perubahan perilaku konsumen, dan konsistensi penerapan nilai-nilai syariah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk

menganalisis penerapan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan produk Roemah Brownies Jambi, upaya yang dilakukan perusahaan dalam menerapkan strategi tersebut, serta kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi terkait penerapan strategi pemasaran syariah pada Roemah Brownies Jambi.

Penelitian dilaksanakan di Roemah Brownies Jambi yang beralamat di Jalan Abdul Muis RT 41, Kelurahan Lingkar Selatan, Kecamatan Pal Merah, Kota Jambi. Lokasi dipilih karena perusahaan memiliki karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu penerapan strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan produk.

Data yang digunakan terdiri atas:

1. Data Primer, diperoleh melalui wawancara dan observasi

terhadap pemilik, karyawan, konsumen, dan reseller Roemah Brownies Jambi.

2. Data Sekunder, diperoleh dari dokumen, arsip, buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi
2. Wawancara terstruktur
3. Dokumentasi

Analisis data dilakukan melalui tahapan:

1. Reduksi data
2. Penyajian data
3. Penarikan kesimpulan
4. Verifikasi data melalui triangulasi, member check, dan perpanjangan keikutsertaan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah di Roemah Brownies Jambi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Roemah Brownies Jambi telah menerapkan prinsip-prinsip pemasaran syariah dalam kegiatan usahanya. Penerapan tersebut tercermin melalui nilai:

- a. Shiddiq (jujur) dalam penyampaian informasi produk.
- b. Amanah (dapat dipercaya) dalam memenuhi janji kepada konsumen.
- c. Fathanah (cerdas) dalam membaca peluang pasar.
- d. Tabligh (komunikatif) dalam menyampaikan promosi kepada konsumen.

Selain itu, perusahaan menerapkan bauran pemasaran syariah (7P) yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

2. Upaya Meningkatkan Penjualan

Peningkatan penjualan dilakukan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, serta membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan reseller. Observasi penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan minat beli konsumen.

3. Peran Kepercayaan Konsumen

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran syariah di Roemah Brownies Jambi terletak pada konsistensi penerapan nilai-nilai syariah yang melahirkan kepercayaan (trust) sebagai faktor utama keberhasilan pemasaran. Kepercayaan konsumen terbentuk karena adanya kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas bisnis. Kondisi tersebut menurunkan risiko persepsi konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. Kendala yang Dihadapi

Dalam penerapan strategi pemasaran syariah, Roemah Brownies Jambi menghadapi beberapa kendala, antara lain:

- a. Persaingan usaha yang semakin tinggi.
- b. Perubahan tren dan preferensi konsumen.
- c. Keterbatasan pemahaman masyarakat terhadap konsep pemasaran syariah.
- d. Tantangan dalam menjaga konsistensi penerapan nilai-nilai syariah pada seluruh aspek pemasaran.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Roemah Brownies Jambi telah menerapkan strategi pemasaran syariah dengan mengintegrasikan nilai shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh dalam aktivitas pemasaran.
2. Strategi pemasaran syariah diterapkan melalui bauran pemasaran 7P yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
3. Penerapan strategi pemasaran syariah mampu meningkatkan kepercayaan konsumen yang kemudian berkembang menjadi loyalitas pelanggan dan berdampak pada peningkatan penjualan produk.
4. Kendala utama yang dihadapi adalah persaingan usaha, perubahan perilaku konsumen, serta perlunya konsistensi dalam menjaga nilai-nilai syariah.
5. Strategi pemasaran syariah terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan penjualan sekaligus menjaga keberlangsungan usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*.
- Jonathan A. J. Wilson. (2012). *Looking at Islamic Marketing, Branding and Muslim Consumer Behaviour Beyond the 7P's*. *Journal of Islamic Marketing*.
- Samir Abuznaid. *Islamic Marketing Concepts and Applications*.
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. (2026). *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk Roemah Brownies Jambi*. Skripsi.