

ABSTRAK

PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (7P) DI MEZORA YOGYAKARTA DALAM PERSPEKTIF PEMASARAN ISLAMI

Prilly Adhitia Junaedi
13423169

Adanya perkembangan dalam bidang jasa maupun produk menyebabkan setiap perusahaan menyusun strategi pemasarannya untuk mempertahankan perusahaan. Pemasaran yang efektif yang bisa dijadikan sebagai pijakan bagi para pemasar yaitu strategi bauran pemasaran 7P. Pada saat ini, seiring dengan berkembangnya dunia bisnis banyak perusahaan yang menjalankan bisnis berbasis syariah. Hal ini pemasaran berbasis syariah menjadi strategi alternatif dalam menerapkan nilai-nilai Islam pada setiap aktivitas pemasarannya. Oleh karena itu, dalam menjalannya aktivitas bauran pemasaran setiap marketer haruslah memiliki prinsip-prinsip yang terdapat dalam pemasaran Islami dimana mengacu kepada Al-Quran dan Hadist.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran ditinjau dalam pemasaran Islami pada Mezora Yogyakarta. Jenis penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif kualitatif*. Adapun metode pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 5 orang (Manajer, karyawan dan konsumen). Teknik sampling yang di gunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan teknik analisis yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Serta data sekunder didapat melalui buku-buku, dokumentasi, katalog yang ada di dalam perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mezora Yogyakarta telah melakukan pemasaran yang efektif, antara lain: produk yang bervariasi dan berkualitas tinggi, penetapan harga yang wajar tidak menekankan harga terlalu tinggi, pemilihan lokasi berada di kawasan strategis, dari segi promosi telah menggunakan berbagai macam cara seperti periklanan, pameran, hadiah, mempunyai staf yang berpengalaman dan profesional, senantiasa memberikan loyalitas kepada konsumen, serta sarana pendukung perusahaan yang memadai. Selain itu, dalam menjalankan kegiatan pemasarannya Mezora mengedepankan nilai-nilai Islam Adapun nilai-nilai tersebut berdasarkan pada karakteristik pemasaran berbasis Islami yaitu *Teistis, Etis, Realistis* dan *Humanistis*.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Pemasaran Islami, 7P

ABSTRACT

THE APPLICATION OF THE MARKETING MIX (7P's) IN MEZORA YOGYAKARTA IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC MARKETING

Prilly Adhitia Junaedi
13423169

The development of the service field and the product cause every company have strategic plan to keep their company. Effective marketing can be used as step for marketing mix (7P). Nowadays, along with the growth of the business, a lot of companies already run the sharia business. This make the Islamic marketing as alternative strategic to apply Islamic value in every marketing activity. Therefore, marketer must has characteristics that exist on Islamic marketing. Basically Islamic teach the trading should be accordance with Al Quran and Hadist

The purpose of this research is to describe a characteristics of marketing from the application of marketing mix conducted by Mezora Yogyakarta. The method used in this research is qualitative analysis method. The type of research used is interview, observation, and documentation. The sample in this research amounted to 5 people (Head of stores, employees and consumers). Sampling technique used is purposive sampling, while the analysis technique used is data reduction, data presentation and conclusion decision. The secondary data obtained through the books, documentation, and catalog that is in the company

The result of the research shows that Mezora Yogyakarta has been doing effective marketing, such as the products offered are varied and high quality, the pricing is in accordance with the market demand, the choice of location is in the strategic area, in terms of promotion has used various ways such as advertising, doorprize, exhibition, Has experienced staff, always provide loyalty to the consumers, as well as adequate supporting facilities company. In addition, the operation of Mezora has put forward the values of Islamic law to run the marketing mix. The values are based on the characteristics of Islamic marketing are Teistic, Ethical, Realistic and Humanistic.

Key: Marketing mix, Islamic marketing, 7P