

# ABSTRAK

## **Analisis Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Pasta Gigi Khizanah Gontor)**

Muhammad Lukman Hanif

Marketing mix dalam perspektif ekonomi Islam menekankan pada keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam setiap aspek pemasaran, serta memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan memenuhi syariat Islam. Setiap elemen marketing mix; produk, harga, promosi, dan distribusi, harus bebas dari unsur riba, gharar dan penipuan. Pasta Gigi Khizanah Gontor, sebagai produk dalam industri kebersihan dan kesehatan, memiliki kualitas yang mampu bersaing dengan kompetitor. Produk ini berpotensi memberikan kontribusi positif dalam ekonomi Islam, menjadikannya objek penelitian yang relevan. Penelitian ini membahas tentang analisis marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan ditinjau dari sudut pandang ekonomi islam pada pasta gigi khizanah gontor, pastagigi tersebut secara kualitas mampu untuk dibandingkan dengan produk-produk kompetitor dari segi kualitas, rasa dan harga. memiliki potensi dan kontribusi positif dalam konteks ekonomi Islam. Penelitian akan fokus pada analisis penerapan marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang menganalisa secara deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) strategi marketing mix Pasta Gigi Khizanah Gontor telah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penerapan dalam setiap aspek mendukung peningkatan volume penjualan dengan cara yang adil dan berkelanjutan, serta mendukung tujuan ekonomi dan dakwah pesantren. (2) Peningkatan volume penjualan pada Pasta Gigi Khizanah Gontor dapat dicapai melalui strategi branding yang menonjolkan nilai-nilai Islam, pelayanan konsumen yang baik, serta proses produksi dan distribusi yang efektif.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix*, Volume Penjualan, Khizanah Gontor.

UNIDA  
GONTOR  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

## الملخص

# تحليل مزيج التسويق في زيادة الحجم المبيعات من منظور الاقتصاد الإسلامي (دراسة حالة على معجون الأسنان "خزانة كونتور")

محمد لقمان حنيف

يؤكد المزيج التسويقي من منظور الاقتصاد الإسلامي على العدالة والشفافية والصدق في كل جانب من جوانب التسويق، فضلا عن ضمان أن المنتجات والخدمات المقدمة تتوافق مع الشريعة الإسلامية. كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي؛ يجب أن تكون المنتجات والأسعار والعروض الترويجية والتوزيع خالية من عناصر الربا والغرر والغش. معجون الأسنان خزانة كونتور، كمنتج في صناعة النظافة والصحة، يتمتع بجودة قادرة على التنافس مع المنافسين. هذا المنتج لديه القدرة على تقديم مساهمة إيجابية في الاقتصاد الإسلامي، مما يجعله موضوعا ذا صلة بالبحث. تناقش هذه الدراسة تحليل المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات من منظور الاقتصاد الإسلامي في معجون الأسنان خزانة كونتور، حيث يمكن مقارنة العجينة نوعيا مع المنتجات المنافسة من حيث الجودة والطعم والسعر. له مساهمة محتملة وإيجابية في سياق الاقتصاد الإسلامي. سيركز البحث على تحليل تطبيق المزيج التسويقي في زيادة حجم المبيعات. طريقة البحث المستخدمة هي النوعية التي تحلل وصفيًا. أظهرت نتائج هذا البحث أن (١) مزيج التسويق لمعجون الأسنان خزانة كونتور يعمل وفقا للمبادئ الاقتصادية الإسلامية. يدعم التطبيق في كل جانب زيادة حجم المبيعات بطريقة عادلة ومستدامة، فضلا عن دعم الأهداف الاقتصادية والدعوة للمدارس الداخلية الإسلامية. (٢) يمكن تحقيق زيادة في حجم المبيعات في معجون أسنان خزانة كونتور من خلال استراتيجية العلامة التجارية التي تسلط الضوء على القيم الإسلامية وخدمة العملاء الجيدة وعمليات الإنتاج والتوزيع الفعالة.

الكلمات الرئيسية: مزيج التسويق، حجم المبيعات، خزانة كونتور.

UNIDA  
GONTOR  
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR