

ABSTRAK

Islam telah mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Salah satu tujuannya adalah untuk mewujudkan keadilan dalam pendistribusian harta, baik dalam kehidupan bermasyarakat maupun individu. Oleh karena itu perusahaan harus efisiensi dalam menerapkan strategi pemasaran sehingga tujuan yang akan dicapai bias terpenuhi. Dalam kegiatan usahanya, perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Pada penulisan skripsi ini, penulis membahas tentang masalah yang terjadi pada CV. Anugerah Semata. Marketing perusahaan menilai bahwa perusahaan harus menerapkan strategi harga dan promosi baik secara parsial maupun secara simultan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian dalam skripsi ini akan membahas tentang bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap harga dan promosi pada perusahaan CV. Anugerah Semata dan bagaimana dampak harga dan promosi mempengaruhi volume penjualan produk perusahaan CV. Anugerah Semata menurut ekonomi islam.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap harga dan promosi pada perusahaan CV. Anugerah Semata, dan untuk menganalisis dampak dari harga dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan CV. Anugerah Semata Bandar Lampung menurut ekonomi islam.

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini berupa penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif. Dalam metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode pustaka, wawancara atau *interview*, observasi dan mengakses situs internet.

Adapun hasil dari penelitian, dari sisi ekonomi Islam, Penetapan harga tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat, tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya, tapi harus dalam batas-batas kelayakan. Sedangkan promosi merupakan bagian dari aktifitas yang dibutuhkan dalam dunia perdagangan, baik barang maupun jasa. Promosi dipandang sangat penting dalam dunia perdagangan saat ini dimana persaingan semakin sulit. Promosi menurut islam harus memenuhi kriteria Jujur (tidak ada yang disembunyikan), berlaku amanah (tidak mengurangi atau menambah hak orang lain), menepati janji, tidak mempromosikan barang-barang haram dan nasehat.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan program SPSS, diperoleh nilai sig. harga adalah 0,017 dan promosi 0,010, nilai signifikan harga dan promosi masih lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk uji t untuk harga didapat nilai t hitung adalah 4,794 dan t hitung promosi adalah 5,770, dan setelah dicari pada table t didapat nilai t table adalah 3,182, jadi dapat disimpulkan baik nilai t hitung harga maupun promosi sama-sama lebih besar dari nilai t tabel sehingga keduanya berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan, sedangkan pada uji f, didapatkan nilai f hitung adalah 46,878, dan setelah dicari pada tabel f didapatkan nilai f tabel adalah 9,28. Oleh karena $F_{hit} = 46,878 > F_{tabel} 9,28$, maka terdapat hubungan harga, promosi terhadap volume penjualan.