

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan strategi pemasaran berbasis syariah produk biofarmaka dalam menunjang peningkatan perekonomian masyarakat Provinsi Jambi. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan alat analisis ASOCA. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan pada produk biofarmaka untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah startegi 4P (*Product, promotion, Price, place*) dan menggunakan 4 prinsip pemasaran dalam Islam yaitu, Rabbaniyah, akhlaqiyyah, al-waqiyyah, insaniyyah. Strategi peningkatan penjualan yang dapat digunakan para produsen produk biofarmaka berdasarkan matriks ASOCA yaitu dengan memanfaatkan dukungan dari Dinas-Dinas yang terkait seperti dinas pertanian, BPOM dalam pengeluaran Sertifikasi halal serta menjalin relasi untuk lebih luas memasuki pangsa pasar, memaksimalkan promosi secara media online ataupun offline, selalu membaca pangsa pasar setiap saat, mengutamakan kepuasan konsumen dengan kualitas produk, memperbanyak inovasi produk dan harga yang terjangkau serta mencari lokasi yang strategis untuk menarik minat konsumen.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Berbasis Syariah, Produk Biofarmaka, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this research is to produce a sharia-based marketing strategy for biopharmaceutical products in supporting the economic improvement of the people of Jambi Province. The analytical method used in this research is descriptive analysis method with ASOCA analysis tool. The results of this study reveal that the marketing strategy carried out on biopharmaceutical products to improve the community's economy is the 4P strategy (Product, promotion. Price, place) and uses 4 marketing principles in Islam, namely, Rabbaniyah, akhlaqiyyah, al-waqiyyah, insaniyyah. The sales increase strategy that can be used by producers of biopharmaceutical products based on the ASOCA matrix is by utilizing support from related agencies such as the agriculture office, BPOM in issuing halal certification and establishing relationships to enter wider market share, maximizing promotions through online or offline media, always read the market share at all times, prioritize customer satisfaction with product quality, increase product innovation and affordable prices and look for strategic locations to attract consumer interest.

Keywords: *Sharia-Based Marketing Strategy, Biopharmaceutical Products, Sales Increase*