

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Dhimas Fikri Rifanda, NIM. 1742143064, dosen pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Perubahan lingkungan bisnis yang semakin tidak menentu dan situasi bisnis yang semakin kompetitif menimbulkan persaingan yang semakin tajam, ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan milik pemerintah maupun swasta yang didirikan, baik itu perusahaan berskala besar, perusahaan menengah maupun perusahaan berskala kecil. Banyaknya perusahaan yang didirikan merupakan faktor pemicu tingkat persaingan yang semakin tajam di lingkungan dunia usaha itu sendiri. Keadaan seperti itu baik secara langsung maupun tidak langsung akan dapat mempengaruhi kelangsungan hidup usaha yang dirintis oleh para pelaku yang terlibat di dalamnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ? (2) Bagaimana Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam ?.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Promosi pada Perusahaan Konveksi Putra Mandiri Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan tehnik analisis data deskriptif kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah (1) Strategi Promosi diawal berdirinya konveksi pengusaha melakukannya dengan cara lisan atau langsung terjun dalam masyarakat untuk memasarkan produk yang di hasilkan, Sedangkan Strategi Promosi yang digunakan Perusahaan sekarang lebih modern yakni dengan memanfaatkan sosial media (facebook, instagram, dan website). (2) ditinjau dari Ekonomi Islam strategi yang dilakukan oleh konveksi Putra Mandiri Tidak menyimpang dari Agama Islam salah satu buktinya bahwa konveksi ini selalu mengejarkan proses produksi dengan baik dan benar tanpa mengurangi kualitas yang diinginkan dari konsumennya, pengusaha melakukan promosi dengan jujur, dan tidak ada yang ditutup-tutupi hal ini sesuai dengan etika pemasar yang menjadi prinsip syariah marketer yakni jujur dan terpercaya (Amanah).

Kata kunci : *Strategi Promosi, Persaingan Bisnis, Ekonomi Islam.*

ABSTRACT

Thesis tee “Promotion strategy of Konveksi Putra Mandiri Tulungagung in facing the business competition in terms of Islamic economics” is written by Dhimas Fikri Rifanda, NIM. 1742143064, and advised by Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

The research is motivated back by changing business environment increasingly uncertain and an increasingly competitive business situation leads to increasingly keen competition, this is indicated by the increasing number of state-owned enterprises as well as established private ones, be it a large-scale company, medium-sized companies and small companies. The number of companies established is a trigger factor the level of compepetition is increasingly sharp in the environment of the business world itself. Such circumstances either directly or indirectly will be able to influence business viability initiated by the perpetrators involved in it.

The formulation of the problems are (1) How is Promotion Strategy at Putra Mandiri Tulungagung in facing the Business Competition ? (2) How is Promotion strategy at Konveksi Putra Mandiri Tulungagung in facing the business competition in terms of Islamic economics ?.

This objective of this research are to know How Promotion strategy at Konveksi Putra Mandiri Tulungagung in facing the business competition in terms of Islamic economics. This study uses descriptive qualitative data analysis techniques. The results of this study are (1) Promotion Strategy at the beginning of its establishment Konveksi employers do it by way of oral or directly plunge in society to market the products that are produced, while promotion strategy used the company is now more modern that is by utilizing social media (facebook, instagram, dan website). (2) in terms of Islamic Economics strategies undertaken by Konveksi P Putra Mandiri Do not deviate from the religion of Islam one proof that Konveksi this always pursues the production process well and correctly without reducing quality desired from the consumer, employers promote honestly, and nothing is closed this is in accordance with marketer ethics which is the shariah marketer principle ie honest and trustworthy (trust).

Keywords: *Promotion Strategy, Business Competition, Islamic Economics.*