

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Akahijab Jepun Tulungagung)” ini ditulis oleh Herlia Tri Sulistyowati, NIM. 17402153373, pembimbing bapak Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan usaha yang semakin ketat. Oleh karena itu pengusaha dituntut untuk memiliki strategi pengembangan Bauran Pemasaran agar masyarakat tidak bosan dengan produk yang itu-itu saja. Strategi Pengembangan Bauran Pemasaran sendiri merupakan rencana perusahaan untuk melakukan perencanaan pemasaran dengan baik. Setiap pengusaha harus melakukan pengembangan bauran pemasaran pada usahanya supaya bisnis yang dijalankan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Strategi pengembangan bauran pemasaran sendiri dilakukan sesuai perspektif ekonomi Islam dan untuk menghadapi persaingan yang ada. Persaingan dilakukan dengan cara berpedoman sesuai pada syariat islam sehingga rezeki yang diperoleh halal.

Fokus penelitian ini adalah (1) bagaimana strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Akahijab dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Kabupaten Tulungagung sesuai perspektif ekonomi Islam? (2) apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pengembangan bauran pemasaran dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini Akahijab dalam strategi pengembangan bauran pemasaran selalu memberikan inovasi pada produknya agar para pelanggannya tidak bosan. Dalam menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanannya Akahijab juga sangat mementingkan kedua hal ini karena apabila kualitas produk yang dijual baik dan pelayanannya ramah pelanggan akan senang belanja di Akahijab. Harga produk yang dijual relatif murah karena prinsipnya lebih baik untung sedikit tetapi produknya cepat laku. Akahijab menciptakan produk busana muslim yang menutup aurat tetapi juga masih mengikuti trend yang ada. Tempat Akahijab sendiri berada di pusat kota Tulungagung, perumahan dan perkantoran. Dalam melakukan promosi Akahijab menggunakan media seperti website, facebook, whatsapp, dan instagram. Segala strategi yang dilakukan oleh Akahijab ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk di Akahijab Tulungagung.

Kata Kunci: *Strategi, Pengembangan Bauran Pemasaran, Persaingan, Busana Muslim, Perspektif Ekonomi Islam*

## ABSTRACT

*Thesis entitled "Analysis of Product Development Strategies in Overcoming Muslim Business Competition Islamic Economic Perspective" (Case Study in Akahijab Jepun Tulungagung) "was written by Herlia Tri Sulistyowati, NIM. 17402153373, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.*

*This research is motivated by increasingly fierce business competition. Therefore, entrepreneurs are required to have a product development strategy so that people are not bored with the product. Product Development Strategy itself is a company's plan to modify existing products or make a new product. Every entrepreneur must develop a product on his efforts so that the business that runs can last for a long period of time. The product development strategy itself is carried out according to the Islamic economic perspective and to face existing competition. Competition is carried out by referring according to Islamic law so that the sustenance obtained is halal.*

*The focus of this research is (1) how is the product development strategy carried out by Akahijab in overcoming the competition of Muslim fashion business in Tulungagung Regency according to the Islamic economic perspective? (2) what are the supporting and inhibiting factors of the product development strategy in overcoming the competition of Muslim fashion business in Tulungagung Regency ?*

*This study uses a qualitative approach with a type of descriptive research. The sources of data obtained are primary and secondary data. Data collection techniques by observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses data reduction, data presentation, and conclusion drawing.*

*The results of this study are that Akahijab in its product development strategy always gives innovation to its products so that its customers are not bored. In maintaining product quality and service quality Akahijab also attaches great importance to these two things because if the quality of the product sold is good and the service is friendly the customer will love shopping at Akahijab. The price of products sold is relatively cheap because the principle is better profit but the product is fast selling. Akahijab creates Muslim fashion products that cover the genitals but also still follow the trends. Akahijab's target market is teenagers, students and students in the Tulungagung Regency area. In conducting promotions Akahijab uses media such as websites, Facebook, WhatsApp, and Instagram. All of the strategies carried out by Akahijab aim to increase product sales at Akahijab Tulungagung*

*Keywords: Strategy, Development of a Mix of Marketing, Competition, Muslim Clothing, Islamic Economic Perspective*