

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Promosi Pada Perusahaan Konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam*” ini ditulis oleh Siti Mufatiroh, NIM. 17402153002 dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi bahwa dalam sebuah perusahaan demi mencapai keberhasilan maka peran promosi sangatlah penting. Karena tanpa promosi, produk hasil olahan suatu perusahaan tidak akan sampai ke tangan konsumen secara maksimal. Seperti halnya konveksi CV. Tri Dewa Nusantara yang merupakan salah satu konveksi di Kabupaten Tulungagung. Fokus dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi promosi pada perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis? (2) Bagaimana strategi promosi pada perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam? Dalam penelitian ini digunakan pendekatan penelitian kualitatif. Berdasarkan tingkat penjelasannya penelitian ini disebut penelitian deskriptif. Adapun jenis penelitian yang digunakan ditinjau dari sudut bidang yang diteliti adalah termasuk penelitian lapangan. Data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Pengambilan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data digunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan menggunakan proses berfikir deduktif. Hasil dari penelitian ini sebagai berikut, untuk menarik konsumen, perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara ini melakukan usaha promosi. Dengan promosi secara lisan dari mulut ke mulut/ *word of mouth*, maka perusahaan ini dapat dikenal oleh masyarakat sehingga barang hasil produksinya dapat laku terjual. Dalam bersaing mendapat konsumen yang banyak seperti yang telah didapatkan oleh perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara ini tidaklah diperoleh begitu saja. Tentunya perusahaan ini melakukan beberapa usaha untuk memasarkan barang hasil produksinya. Sehingga barang yang diproduksi diminati oleh masyarakat. Disamping itu perusahaan ini dikenal oleh banyak masyarakat. Hingga pada akhirnya perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara mendapat

banyak konsumen. Promosi secara lisan dari mulut ke mulut/ *word of mouth* diberlakukan secara efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi CV. Tri Dewa Nusantara sangat memegang teguh prinsip agama Islam dan berusaha untuk menghindari apa yang dilarang oleh agama Islam. Dan itupun juga diterapkan kepada para karyawannya. Hal penting yang dilakukan adalah: Sholat Berjamaah, Tawakkal, Rajin beribadah. Dalam melakukan penjualan barang hasil produksinya, pengusaha ini menetapkan harga yang mana harga tersebut tidak memberatkan konsumen. Dalam artian keuntungan yang didapatkan setiap penjualan satu barang tidak terlalu banyak. Akan tetapi disesuaikan dengan harga pasar. Dalam melakukan praktik bisnis CV. Tri Dewa Nusantara dalam bisnisnya mempraktikkan secara maksimal seperti apa yang telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh*.

**Kata kunci:** Strategi, Promosi, Persaingan Bisnis

## **ABSTRACT**

*Minithesis with the title "Promotion Strategy for Connected Companies CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung In Facing Business Competition Is Determined From Islamic Economics" was written by Siti Mufatiroh, NIM. 17402153002 was guided by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I. The research in this paper is based on the background that in a company to achieve success, the promotion role is very important. Because without promotion, processed products of a company will not reach the maximum consumer's hands. Like CV. Tri Dewa Nusantara, which is one of the convection in Tulungagung Regency. The focus of this research are: (1) What is the promotion strategy in CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung in the face of business competition? (2) What is the promotion strategy in CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung convection company in the face of business competition in terms of Islamic Economics?. In this study a qualitative research approach is used. Based on the level of explanation, this research is called descriptive research. The type of research used in terms of the fields studied is including field research. Data in this study consist of two types, namely primary data and secondary data. Data retrieval is done by observation techniques, interview and documentation. While the data analysis techniques used descriptive qualitative data analysis using the deductive thinking process. The results of this study are as follows, Attract consumers CV. Tri Dewa Nusantara is done a promotional effort. With promotion by word of mouth verbally, this company can be known by the public so that the products they produce can be sold in competing to get a lot of consumers as has been obtained by the CV. Tri Dewa Nusantara is not taken for granted. Of course this company has made several efforts to market its products so that the goods produced are in demand by the community. Besides this company is known by many people until finally CV. Tri Dewa Nusantara gets many consumers. Promotion verbally from word of mouth to effective effect promotional activities carried out by CV. Tri Dewa Nusantara strongly adheres to the principles of Islamic and strives to avoid what is prohibited by Islamic. And even then also applied to its employees. The important thing to do is: prayer in congregation, tawakkal diligent*

*worship. In selling their products, this entrepreneur sets a price for which the price is not burdensome to consumers. In terms of profits, each sale of one item is not too much. But it will be adjusted to market prices. In conducting business practices, CV. Tri Dewa Nusantara in its business maximally practices what has been practiced by the prophet Muhammad, namely Siddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh.*

**Keywords:** *Strategy, Promotion, Business Competition*