

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *Public Relations* Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Perspektif Etika Bisnis Islam” ini ditulis oleh Rista Putri, Jurusan Ekonomi Syariah, NIM. 1742143237, Pembimbing Dr. Iffatin Nur M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelaku bisnis yang kurang memahami perencanaan strategi *public relations* yang baik dan sesuai dengan etika bisnis Islam. Kebanyakan dari pelaku bisnis hanya berorientasi pada keuntungan saja. Namun mengesampingkan nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Sehingga tidak sedikit orang yang merasakan dampak yang ditimbulkan. Apa lagi rumah makan ini sebagai rumah makan khas masakan Jawa mengedepankan masakan yang aman bagi kesehatan dan berpedoman pada prinsip halal dan thayyiban. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *public relations* dalam meningkatkan citra perusahaan ditinjau dari perspektif Etika Bisnis Islam.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan cara mewawancarai informan di Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung. Prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa data-data secara lisan maupun tertulis dari orang atau perilaku yang telah diamati. Karena itu dalam penelitian ini setiap gejala yang terkait dengan *public relations* di Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam serta diupayakan memberi makna yang mendalam tentang fenomena yang ditemukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* yang dilakukan Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung dalam meningkatkan citra seperti melalui *Social Media Marketing* (pemasaran melalui media sosial), kontrol informasi dengan menjaga kualitas masakan, manajemen hubungan dan *event-event* positif. Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung juga menerapkan strategi *public relations* jika ditinjau dari segi etika bisnis Islam, yaitu mengandung prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban, dan kebajikan.

Kata kunci: *Strategi Public Relations, Citra Perusahaan, Rumah Makan Dapur Solo, Etika Bisnis Islam*

ABSTRACT

This thesis entitled "The Strategy of Public Relations Dapur Solo Tulungagung Restaurant in Viewed from Perspective of the Islamic Business Ethics" was written by Rista Putri, Department of Sharia Economics, NIM. 1742143237, Supervisor Dr. Iffatin Nur M.Ag.

This research is motivated by many business people who do not understand the planning of public relations strategies that are good and in accordance with Islamic business ethics. Most business people are only profit oriented. But it overrides the values contained in Islamic business ethics. So that not a few people feel the impact. What's more, this restaurant as a typical Javanese restaurant puts food that is safe for health and is guided by the principle of *halalan thayyiban*. The formulation of the problem in this research is how the public relations strategy in improving the company's image is viewed from the perspective of Islamic Business Ethics.

The research method used in this study was qualitative, by interviewing informants at the Dapur Solo Tulungagung Restaurant. Field research procedures that produce descriptive data, namely in the form of data orally and in writing from people or behavior that has been observed. Therefore in this study every symptom associated with public relations in the Dapur Solo Tulungagung Restaurant will be thoroughly and thoroughly studied and sought to provide a deep meaning of the phenomenon found.

The results showed that the public relations strategy carried out of Dapur Solo Tulungagung Restaurant in improving its image such as through Social Media Marketing (marketing through social media), control of information by maintaining the quality of cuisine, relationship management and positive events. Dapur Solo Tulungagung restaurant also applies a public relations strategy when viewed in terms of Islamic business ethics, which contains the principles of unity, balance, free will, accountability, and virtue.

Keywords: Public Relations Strategy, Corporate Image, Dapur Solo Tulungagung Restaurant, Islamic Business Ethics