

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Warung Kopi Pada Warung Kopi Waris Desa Bolorejo Kabupaten Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh M. Muflih Wicaksono, NIM 17402153218, Pembimbing Dr. Nur Aini Latifah, S.E.,M.M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi bahwa sebuah perusahaan dalam mengenalkan produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen memerlukan promosi. Promosi dilakukan agar eksistensi perusahaan tetap terjaga dan dapat menghadapi persaingan usaha. Oleh karena itu peneliti menggunakan judul strategi promosi dalam menghadapi persaingan usaha warung kopi pada warung kopi waris Desa Bolorejo Tulungagung perspektif ekonomi Islam.

Dimana rumusan masalah dalam Penelitian ini (1) bagaimana Strategi promosi warung kopi waris dalam menghadapi persaingan usaha ? (2) apakah strategi promosi sesuai dengan ekonomi islam ? (3) apa saja kendala dan solusi strategi promosi yang dihadapi ?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subyek penelitian adalah pemilik warung kopi waris, karyawan dan konsumen warung kopi waris. Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini: (1) Strategi promosi yang dilakukan oleh pemilik Warung Kopi Waris menggunakan dua media promosi yaitu dari mulut ke mulut serta acara dan pengalaman. (2) Strategi promosi yang dilakukan oleh pemilik warung kopi waris ini sudah sesuai dengan ketentuan syari'ah dimana promosi yang dilakukan menjunjung tinggi kejujuran dan tidak ada unsure penipuan. (3) kendala yang dihadapi terdapat pada target promosi dimana. Kemudian solusi yang dilakukan adalah dengan melakukan peningkatan yang meliputi peningkatan kualitas produk, peningkatan pelayanan, dan peningkatan fasilitas.

Kata kunci: Strategi Promosi, Persaingan Usaha

ABSTRACT

Thesis with the title "Promotion Strategies in Facing Business Competition Coffee Stalls at Waris Coffee Stalls Bolorejo Village Tulungagung Regency Islamic Economic Perspective" was written by M. Muflih Wicaksono, NIM 17402153218, Supervisor Dr. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

The research in this thesis is motivated that a company in introducing products or services produced to consumers requires promotion. Promotion is conducted so that the company's existence is maintained and can face business competition. Therefore, the researcher used the title of the promotion strategy in dealing with the competition of coffee shop business in the inherited coffee shop Bolorejo Tulungagung Village, an Islamic economic perspective.

Where is the problem formulation in this study (1) how is the promotion strategy of heir coffee shop in facing business competition? (2) Is the promotion strategy in accordance with Islamic economics? (3) what are the constraints and solutions of the promotion strategy faced?

In this study using a qualitative approach with research subjects are owners of inherited coffee shops, employees and consumers of inherited coffee shops. For data collection techniques done by interview, observation, and documentation.

The results of this study: (1) Promotional strategies undertaken by Warung Kopi Waris owners use two promotional media namely through word of mouth as well as events and experiences. (2) The promotion strategy carried out by the owner of this inherited coffee shop is in accordance with the provisions of the Shari'ah where the promotion carried out upholds honesty and there are no fraudulent elements. (3) there are obstacles encountered in the promotion target where. Then the solution is to make improvements that include improving product quality, improving services, and improving facilities.

Keywords: Promotion Strategy, Business Competition