

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi pengembangan Bauran Pemasaran Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Mayza Griya Busana Boyolangu Tulungagung)” ini ditulis oleh Ariyani Safitri, NIM. 17402163380, Pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I

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 cenderung monoton. Strategi pengembangan pemasaran merupakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan baik dan lancar. Setiap pengusaha haruslah melakukan pengembangan pemasaran pada usaha yang dijalankannya, tujuannya adalah agar usaha tersebut dapat bersaing dan bertahan dalam jangka waktu yang lama. Strategi pengembangan bauran pemasaran dilakukan sesuai dengan perspektif ekonomi Islam guna menghadapi persaingan yang ada dan mendapatkan keberkahan dalam bisnisnya.

Fokus penelitian ni adalah (1) bagaimana strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Mayza griya busana dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Kabupaten Tulungagung? (2) bagaimana strategi pengembangan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Mayza griya busana dalam mengatasi persaingan usaha busana muslim di Kabupaten Tulungagung perspektif ekonomi Islam? (3) bagaimana kendala dan solusi Mayza griya busana dalam menghadapi 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 Mayza griya busana dalam strategi pengembangan bauran pemasaran selalu memberikan inovasi pada produknya agar para pelanggan tidak cepat bosan. Mayza griya busana sangat mengutamakan kualitas produk dan kualitas pelayanan, jika dua hal ini dilakukan dengan baik maka para pelanggan akan senang dan nyaman saat berbelanja. Untuk harga produk yang dijual relatif murah jika dibandingkan dengan kualitas produk yang diberikan. Untuk tempat Mayza griya busana letaknya sangat strategis karena dekat dengan SMPN 1 Boyolangu. Dalam melakukan promosi, Mayza griya busana memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook* dengan menggunakan teknik *copywriting* pada setiap postingannya. Semua strategi yang dilakukan oleh Mayza griya busana bertujuan untuk membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan akan sandang dan meningkatkan penjualan produk di Mayza griya busana.

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 Perspektive” (Case Study in Mayza griya busana Boyolangu Tulungagung) was written by Ariyani Safitri, NIM. 17402163380, supervisor Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The 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 monotonous product. Product development strategy is a company's plan to achieve marketing goals well and smoothly. Every entrepreneur must develop a product on his effort so that the business that runs, the purpose is the business can to compete and survive for a long period of time. The product development strategy is carried out according to the Islamic economic perspective to face existing competition and get a blessing in business.

The focus of this research is (1) how is the product development strategy carried out by Mayza griya busana inovercoming the competition of moslem fashion business in Tulungagung Regency? (2) how is the product development strategy carried out by Mayza griya busana inovercoming the competition of moslem fashion business in Tulungagung Regency according to the Islamic economic perspective? (3) how are the obstacles and solutions in the competition of moslem 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 result of this study are that Mayza griya busana in its product development strategy always gives innovation to its products so that its customers are bored. Highly prioritize in Mayza griya busana is the quality of the product and quality of the service, if these two things are well done so the customers will be feeling happy and comfortable when shopping. The price of product sell is relatively cheap if compared to the quality of the products provided. Mayza griya busana's place is very strategic because close to junior high school one Boyolangu. In conducting promotions Mayza griya busana uses social media such as whatsapp, instagram, facebook with copywriting technical at every post. All of the strategies carried out by Mayza griya busana aim to meet to needs and desire for fashion and increase products sales at Mayza griya busana.

Keyword : Strategy, Development of a mix marketing, Competition, Moslem Clothing, Islamic economic perspective