

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Bisnis Tahu UD. Tahu Mekar Desa Kulon Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam”, penelitian ini dilakukan oleh Gangga, Nim 12402183084, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing bapak Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh UMKM UD. Tahu Mekar yang berada di desa sumberjo kulon, kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Yang dimana penelitian ini memfokuskan tentang strategi bisnis tahu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. adapun strategi yang telah digunakan yakni memakai strategi dagang Nabi Muhammad SAW diantaranya siddiq (kejujuran), amanah, tabligh (penyampaian), fathonah (kecerdasan). Dengan menggunakan strategi ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mencontoh sikap bisnis dari Rosulullah.

Adapun fokus penelitian ini bagaimana (Implementasi dan Kendala Implementasi) bisnis Tahu UD. Tahu Mekar sehingga memunculkan pertanyaan penelitian :(1) Bagaimana implementasi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam, (2) Bagaimana Kendala Implementasi bisnis UD. Tahu Mekar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menurut perspektif Islam.

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dimana pendekatan deskriptif ini sebagai pemecahan masalah yang bersifat menggambarkan suatu objek yang akan diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Adapun data primer yang diperoleh dari lembaga yang diteliti kemudian diambil dan diolah sendiri oleh peneliti yang diteliti secara langsung, sedangkan data sekuder yang diperoleh dari buku, jurnal serta dari skripsi terdahulu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi dan wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan penyajian data, redukasi data atau merangkum data yang diperoleh serta dengan verifikasi data atau langkah terakhir dari pengumpulan data yang telah didapat.

Hasil dari penelitian ini dimana UD. Tahu Mekar mengutamakan kinerja karyawan dan resellernya, serta UD. Tahu Mekar ini menambah produk tahu yang awalnya hanya 3 varian ukuran tahu sekarang menambah dengan 4 varian ukuran, dengan menambah varian ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara ini juga dapat meningkatkan penjualan tahunya.

**Kata Kunci: Strategi Bisnis, Varian Produk Tahu, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*The title of this thesis is “Tofu Business Strategy UD. Tahu Mekar, Kulon Village, Ngunut Subdistrict, Tulungagung Regency in Increasing Customer Satisfaction from an Islamic Perspective”, this research was conducted by Gangga, Nim 12402183084, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, with mentor Mr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.*

*This research is motivated by UMKM UD. Tahu Mekar is located in Sumberjo Kulon Village, Ngunut District, Tulungagung Regency. This is where this research focuses on the tofu business strategy in increasing customer satisfaction. The strategy that has been used, namely using the trading strategies of the Prophet Muhammad SAW includes Siddiq (honesty), Amanah (trustworthy), Tabligh (delivery), and Fathonah (intelligence). Using this strategy can increase customer satisfaction by imitating the business attitude of Rasulullah.*

*The focus of this research is how (Implementation and Implementation Constraints) Tofu UD's business. Tahu Mekar raises research questions :(1) How is the implementation of UD's business. Tahu Mekar in increasing customer satisfaction according to an Islamic perspective, (2) What are the obstacles to implementing UD's business. Tahu Mekar in increasing customer satisfaction according to an Islamic perspective.*

*This study uses a qualitative descriptive approach where this descriptive approach is used as a problem-solving tool that describes an object to be studied. The data used in this study used primary and secondary data. The primary data obtained from the institution under study was then taken and processed by the researcher who was examined directly, while the secondary data was obtained from books, journals, and previous thesis. The data collection technique is done utilizing observation and interviews as well as documentation. The data analysis technique carried out is by presenting the data, reducing the data or summarizing the data obtained, and by verifying the data or the last step of collecting the data that has been obtained.*

*The results of this study were UD. Tahu Mekar prioritizes the performance of its employees and resellers, as well as UD. Tofu Mekar adds tofu products that initially only had 3 size variants of tofu. Now add 4 size variants. Adding this variant can increase customer satisfaction in this way it can also increase tofu sales.*

**Keywords: Business Strategy, Tofu Products Variants, Customer Satisfaction**