

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produksi Kostum Paskibra CV. Garuda Jaya Garment dalam Menghadapi Persaingan Usaha Menurut Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Ikha Wardiani, NIM 12402183008, Ekonomi Syariah, pembimbing Moh. Rois Abin, M. Pd. I.

Maraknya persaingan usaha di era modern seperti sekarang ini, pengusaha diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya, dengan cara merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran dengan tepat. CV. Garuda Jaya Garment merupakan salah satu usaha yang merasakan dampak dari persaingan usaha di bidang produksi Garment dengan hasil Produk Kostum Paskibra. CV. Garuda Jaya Garment ini menggunakan strategi pemasaran *4P* meliputi *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat).

Fokus penelitian ini adalah, 1) Bagaimana strategi Marketing CV. Garuda Jaya Garment menurut Perspektif Ekonomi Islam? , 2) Bagaimana strategi Pemasaran CV. Garuda Jaya Garment dalam menghadapi persaingan Usaha menurut Ekonomi Islam?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan 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 adalah 1) Strategi Marketing yang dilakukan CV. Garuda Jaya Garment menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi). 2) Strategi Pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha CV. Garuda Jaya Garment menggunakan ajaran ekonomi islam berdasarkan tauladan Rasulullah SAW yaitu *Taqwa* (Takwa), *Adl* (Adil), *Khidmah* (Rendah Hati), *Amanah* (Jujur dan Terpercaya)

Kata Kunci: Ekonomi Islam, Persaingan Usaha, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

The script titled "Paskibra CV Costume Marketing Strategy. Garuda Jaya Garment in Facing Competition According to Islamic Economic Perspectives" was written by Ikha Wardiani, NIM 12402183008, Syariah Economy, Moh. Rois Abin, M. Pd. I.

Growing venture competition in the modern era as it is today, entrepreneurs are expected to be able to maintain and improve the quality of its products, in a way that plans and carries out marketing strategies appropriately. CV. Garuda Jaya Garment is one of usoha who felt the impact of the competition of businesses in the Garment production field with the results of Paskibra Costume Products. This CV. Garuda Jaya Garment uses a 4P marketing strategy covering product, Price, Promotion, Place.

The focus of this study is, 1) How is the Marketing Strategy CV. Garuda Jaya Garment according to the perspective of Islamic Economics? 2) How to Marketing strategy CV. Garuda Jaya Garment in the face of business competition according to Islamic Economics?.

This type of research is qualitative research using descriptive approach methods. The acquired data sources are primary and secondary data. Data collection techniques with observation, interview and documentation. Data analysis techniques using rdata editing, data presentation and withdrawal of conclusions.

The result of this study is 1) The Marketing strategy carried out by CV. Garuda Jaya Garment uses the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). 2) Curious Strategi in dealing CV. Garuda Jaya Garment is business competition using Islamic teachings based on the example of the Messenger of Allah (Taqwa, 'Adl, Khidmah, Amanah).

Keywords: *Islamic Economy, Enterprise Competition, Marketing Strategy*