

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Hasil Produksi CV. BAHARUDIN Konveksi Tulungagung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis” ini ditulis oleh Achmad Agiz Aziz, NIM 17402163299, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya persaingan bisnis serupa yang semakin banyak terjadi dikalangan pembisnis. Salah satunya adalah bisnis konveksi pakaian. Yang mana merupakan salah satu kebutuhan primer masyarakat luas. Dengan adanya persaingan tersebut pembisnis harus dapat memutar otak kembali serta membuat strategi penjualan yang mumpuni agar usaha yang telah dijalankan dapat tetap berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Untuk menghadapi persaingan, maka seorang pembisnis perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan dapat dicapai.

Tujuan penelitian ini adalah 1). Untuk mendiskripsikan strategi pemasaran produk (product) pada konveksi CV. Baharudin Konveksi Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis. 2). Untuk mendiskripsikan kendala dalam menyusun strategi pemasaran menghadapi persaingan bisnisnya. 3). Untuk mendiskripsikan solusi untuk mengatasi kendala-kendala strategi pemasaran menghadapi persaingan bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber yang digunakan adalah data primer yang didapat dengan wawancara dan observasi serta data sekunder.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CV. Baharudin selalu menjaga kualitas produk, dan memberikan pelayanan saat menjual produk maupun setelah membeli produk. Harga yang ditawarkan CV. Baharudin mulai dari harga rendah hingga tinggi sesuai dengan permintaan konsumen. Promosi dilakukan dengan cara Word of Mouth (WoM) atau mengkomunikasikan promosi dari mulut ke mulut. Perusahaan memiliki dua cara saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Kendala yang dihadapi, kekurangan ide, ketidakstabilan bahan baku, biaya yang besar dikeluarkan untuk iklan menjadikan penghambat perusahaan konveksi CV. Baharudin dalam memasarkan produknya, kesulitan dalam mencari pemasok bahan baku kain. Solusi untuk mengatasi kendala dengan berusaha untuk menemukan dan membangun sesuatu citra unik dari produk, menggunakan bahan baku pengganti sesuai dengan target harga jual dengan tetap menjaga kualitas, mengganti cara promosi tersebut menggunakan media sosial whatsapp, instagram, facebook.

**Kata Kunci:** *konveksi, persaingan usaha, strategi pemasaran.*

## ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy Production Results CV. BAHARUDIN Tulungagung Convection in Facing Business Competition" was written by Achmad Agiz Aziz, NIM 17402163299, Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, Advisor Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

This research is motivated by the existence of similar business competition which is increasingly happening among businessmen. One of them is the clothing convection business. Which is one of the primary needs of the wider community. With this competition, businessmen must be able to rack their brains again and create a qualified sales strategy so that the business that has been run can continue to grow and maintain its existence. To face competition, a businessman needs to carry out marketing activities using appropriate marketing strategies so that goals can be achieved.

The aims of this research are 1). To describe the product marketing strategy (product) in CV convection. Baharudin Convection Tulungagung in facing business competition. 2). To describe the obstacles in developing a marketing strategy to face business competition. 3). To describe solutions to overcome the constraints of marketing strategies to face business competition. This research uses a descriptive qualitative approach. The sources used are primary data obtained by interview and observation as well as secondary data.

The results of this study indicate that CV. Baharudin always maintains product quality, and provides services when selling products and after buying products. The price offered by CV. Baharudin ranging from low to high prices according to consumer demand. Promotion is done by means of Word of Mouth (WoM) or communicating promotion by word of mouth. The company has two ways of direct distribution channels and indirect distribution channels. Constraints faced, lack of ideas, instability of raw materials, large costs incurred for advertising made the CV convection company an obstacle. Baharudin in marketing his products, has difficulty in finding suppliers of fabric raw materials. The solution to overcome obstacles is to try to find and build a unique image of the product, use substitute raw materials in accordance with the target selling price while maintaining quality, change the way of promotion using social media whatsapp, instagram, facebook.

**Keywords:** *convection, business competition, marketing strategy.*