

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah pada UMKM Konveksi Pakaian Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Tulungagung” ini ditulis oleh Yulista Arum Cahyani dengan NIM 12850821048 dengan Dosen Pembimbing I Dr. H. Mashudi, M.Pd.I dan Dosen Pembimbing II Dr. Muhammad Aswad, M.A penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya dan bertahan industry konveksi di Tulungagung yang mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis antar industry konveksi. Dengan permasalahan tersebut, pemilik usaha konveksi berupaya untuk menerapkan strategi pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan yang ditetapkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi produk berdasarkan syariah pada Umkm konveksi Avarell di Tulungagung? (2) Bagaimana strategi harga pada Umkm konveksi Avarell di Tulungagung? (3) Bagaimana strategi saluran distribusi pada Umkm konveksi Avarell di Tulungagung? (4) Bagaimana strategi promosi pada Umkm konveksi Avarell di Tulungagung? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan accidental sampling dengan sumber data berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara yang mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan pengumpulan data dari proses wawancara, merangkum serta memilih hal pokok serta memfokuskan pada hal penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi produk berdasarkan syariah, pakaian yang jual tidak ada unsur penipuan , menerima model sesuai pesanan (2) startegi harga berdasarkan syariah, tidak menetapkan dibawah atau diatas harga pasar, menetapkan harga berdasarkan kualitas (3)strategi saluran distribusi berdasarkan syariah, konsumen dating ke lokasi penjual (4) promosi berdasarkan syariah mengikuti pameran, media social, saat melakukan promosi menggunakan kata yang sopan

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Syariah, Penjualan

ABSTRACT

The thesis with the title "Sharia Marketing Mix Strategy for Clothing Convection MSMEs During the Covid-19 Pandemic in Increasing Competitiveness in Tulungagung" was written by Yulista Arum Cahyani with NIM 12850821048 with Supervisor I Dr. H. Mashudi, M.Pd.I and Supervisor II Dr. Muhammad Aswad, M.A. This research was motivated by the increase and persistence of the convection industry in Tulungagung which resulted in business competition between convection industries. With these problems, convection business owners try to implement marketing strategies so that they can achieve the set goals. The formulation of the problem in this research is: (1) What is the sharia-based product strategy for Avarell convection SMEs in Tulungagung? (2) What is the pricing strategy for the Avarell convection Umkm in Tulungagung? (3) What is the distribution channel strategy at the Avarell convection MSME in Tulungagung? (4) What is the promotional strategy for Avarell convection SMEs in Tulungagung? This research uses a qualitative approach with a case study type of research. The technique used in collecting data uses accidental sampling with data sources in the form of primary and secondary data. Data collection using observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques by collecting data from the interview process, summarizing and selecting the main things and focusing on important things. The results of the research show that: (1) product strategy based on sharia, the clothes sold do not contain elements of fraud, accept models according to orders (2) price strategy based on sharia, do not set below or above market prices, set prices based on quality (3) channel strategy distribution based on sharia, consumers come to the seller's location (4) promotion based on sharia following exhibitions, social media, when making promotions use polite words

Keywords: Strategy, Sharia Marketing, Sales