

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi dalam Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM Tape Maharani Tulungagung)” ini ditulis oleh Bibin Imam Kalyubi, NIM. 126402212097, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan bisnis diberbagai bidang saat ini termasuk UMKM sebagai penyangga utama perekonomian nasional selama masa krisis ekonomi. UMKM harus menjaga tren penjualannya agar selalu positif untuk bisa meningkatkan penjualan, penjualan dilakukan dengan berbagai cara termasuk promosi. Saat ini pentingnya nilai-nilai Islam dalam bebisnis kerap kali dilupakan termasuk dalam melakukan promosi. UMKM Tape Maharani Tulungagung sebagai salah satu UMKM yang telah melakukan penjualan ke berbagai daerah hingga luar negeri memenuhi kebutuhan peneliti yang meneliti tentang strategi promosi dalam perspektif ekonomi Islam

Rumusan masalah pada penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan UMKM Tape Maharani saat ini dalam meningkatkan penjualan. (2) Bagaimana penerapan strategi promosi dalam perspektif Islam yang dilakukan UMKM Tape Maharani dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik yang digunakan dalam memeriksa keabsahan temuan yaitu triangulasi sumber dan menggunakan bahan referensi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) UMKM Tape Maharani menggunakan beberapa bentuk strategi promosi antara lain; *social advertising*, penjualan tatap muka/perseorangan, *sales*

promotion, dan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). (2) strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM Tape Maharani Tulungagung sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti mempromosikan tidak melebih-lebihkan, tidak menerapkan potongan harga namun menggunakan intensif berupa barang dan kualitas barang yang dibuktikan dengan *word of mouth* dari pelanggannya.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Perspektif Ekonomi Islam, Penjualan

ABSTRACT

The thesis titled "Promotional Strategies from the Perspective of Islamic Economics to Enhance Sales (A Case Study of UMKM Tape Maharani Tulungagung)" is authored by Bibin Imam Kalyubi, student ID 126402212097, under the supervision of Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by the intense business competition in various fields today, including MSMEs as the main pillar of the national economy during the economic crisis. SMEs must maintain a positive sales trend to increase sales, which can be achieved through various methods, including promotions. Currently, the importance of Islamic values in business is often forgotten, including in promotional activities. UMKM Tape Maharani Tulungagung, as one of the MSMEs that has conducted sales to various regions and even abroad, meets the needs of researchers studying promotional strategies from the perspective of Islamic economics.

The research questions addressed in this study include: (1) What promotional strategies are currently implemented by UMKM Tape Maharani to enhance sales? (2) How are these promotional strategies applied in accordance with Islamic principles to boost sales? This study adopts a qualitative approach, utilizing a case study methodology. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Data analysis methods involve data condensation, data presentation, and conclusion drawing. To ensure the validity of the findings, triangulation of sources and reference materials are employed.

The results indicate that: (1) UMKM Tape Maharani employs various promotional strategies, including social advertising, face-to-face sales, sales promotions, and word-of-mouth marketing. (2) The promotional strategies utilized by UMKM Tape Maharani Tulungagung align with the principles of Islamic economics, such as

avoiding exaggeration in promotions, refraining from discounting prices, and instead offering incentives through product quality, as evidenced by customer testimonials.

Keywords: Strategy, Promotion, Islamic Economic Perspective, Sales.