

ABSTRAK

Nama : Shof'at Fu'aini, NIM : 1420310168, Analisis Strategi Promosi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Konfeksi Yazid Collection Kudus). Skripsi IAIN Kudus, 2019 Prodi manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Kudus 2019.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Promosi Konfeksi Yazid Collection dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Kudus, serta untuk mengetahui Strategi Promosi dalam Bisnis Islami.

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif. Sumber data adalah sumber data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi, diskusi teman sejawat, ketekunan pengamatan, analisis kasus negatif, perpanjangan pengamatan dan member check. Untuk analisis datanya menggunakan data *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data), *conclusion drawing* (verification) dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Pertama*, Promosi yang dilakukan oleh Konfeksi Yazid Collection adalah promosi periklanan, *personal selling* atau penjualan pribadi, *salles promotin* (promosi penjualan) selain itu menggunakan promosi *public relation* (hubungan masyarakat) diantaranya melalui sanak saudara, tetangga dan lain sebagainya. Dan mempromosikan melalui media elektronik diantaranya dengan Facebook dan banner. Promosi yang dilakukan pemilik usaha dan karyawan Konfeksi Yazid Collection, tidak serta menghalalkan segala cara untuk mendapatkan laba yang besar, mereka masih memiliki etika dalam melakukan promosi, adapun etika dalam melakukan promosi yang dilakukan oleh pemilik dan karyawan Konfeksi Yazid Collection adalah sama-sama menjaga etika sesuai dengan koridor agama Islam.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi Islam dan Persaingan bisnis Islam