

ABSTRAK

Elvi Nur Asiyah, NIM : 1520310180, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Judul : **Strategi Promosi Pada Konveksi Hijab Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Studi Kasus Ulya Hijab Kudus**, Skripsi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi bahwa dalam sebuah perusahaan demi mencapai keberhasilan maka peran promosi sangatlah penting. Karena tanpa promosi, produk hasil olahan suatu perusahaan tidak akan sampai ke tangan konsumen secara maksimal. Tidak terkecuali pada usaha konveksi Ulya Hijab yang merupakan salah satu konveksi yang berkembang di Kabupaten Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk, *pertama*, mengetahui jenis promosi yang diterapkan Ulya Hijab dalam persaingan bisnis. *Kedua*, untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan Ulya Hijab dalam persaingan bisnis. *Ketiga*, untuk mengetahui strategi promosi dalam menghadapi persaingan bisnis Ulya Hijab dalam Syariah Islam.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) pendekatan kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari wawancara dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal, dan bahasan lain yang berkaitan. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi di Konveksi Ulya Hijab Kudus.

Hasil penelitian ini, *pertama*, strategi promosi yang dilakukan Ulya Hijab Kudus dalam menghadapi persaingan bisnis, yaitu dengan melakukan berbagai bauran promosi diantaranya *personal selling* atau pemilik Ulya Hijab bertemu langsung dengan konsumen untuk menawarkan produknya, dari mulut ke mulut, melakukan hubungan masyarakat, *salles promotion* yaitu melalui pameran yang diadakan serta penggunaan strategi dorong (*push strategy*). *Kedua*, pelaksanaan strategi promosi yang digunakan pada Ulya Hijab dirasa sudah tepat karena sudah melalui tiga tahapan yaitu dengan identifikasi target sasaran, menentukan tujuan promosi kemudian menerapkan strategi promosi yang akan digunakan sehingga diharapkan dapat bersaing pada pasar persaingan. *Ketiga*, Ulya Hijab dalam melakukan promosinya selalu menekankan aspek kejujuran, tidak menggunakan sumpah serta tidak berlebihan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Persaingan Bisnis, Promosi Islami.