

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute Di
Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri Dalam Persaingan Usaha
Ditinjau Dari Ekonomi Islam

Persaingan antar sesama pebisnis merupakan hal yang wajar untuk dilakukan. Struktur industri, strategi, kekuatan, dan kelemahan merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan oleh para pebisnis untuk menghadapi pesaing di luar. Strategi pemasaran merupakan hal paling penting dalam berbisnis, melalui pemasaran yang baik dan unik maka masyarakat bisa lebih mudah untuk tertarik dengan produk yang ditawarkan. Seperti halnya yang dilakukan oleh Lembaga Kursus Kresna English Language Institute Pare. Menjamurnya lembaga pendidikan bahasa Inggris dari tahun ke tahun, membuat Lembaga Kresna harus berlomba-lomba untuk bisa menjadi lembaga kursus yang terbaik. Karena itulah, peneliti merasa tertarik untuk mencari dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Kursus Kresna dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri dalam persaingan usaha ditinjau dari ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek penelitian ini adalah Lembaga Kursus Kresna English Language Institute di Kampung Inggris Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis berdasarkan teori strategi pemasaran syariah.

Hasil dari penelitian adalah strategi pemasaran Lembaga Kursus Kresna English Language Institute berupa produk, harga, tempat, promosi, manusia, proses, bukti fisik, janji, sabar, dan pandangan tentang persaingan usaha sudah sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan dalam strategi pemasaran syariah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Persaingan Usaha.

ABSTRACT

Marketing Strategy "Kresna English Language Institute Course in Kampung Inggris, Pare Subdistrict, Kediri Regency" in Business Competition Judging from the Islamic Economy

Competition among businessman is a natural thing to do. Industry structure, strategy, strengths, and weaknesses are some of the things that must be considered by businessman to deal with other competitors. Marketing strategy is the most important thing in doing business, with good and unique marketing, people can more easily be interested in the products offered. Like what was done by Kresna English Language Institute. The proliferation of English language educational institutions from year to year, make Kresna Institution must compete to become the best census institution. For this reason, researchers feel interested to finding and analyzing marketing strategies undertaken by the Kresna Course Institute in the face up the competition. This research aims to determine the marketing strategy of Kresna English Language Institute in Kampung Inggris, Pare District, Kediri Regency in business competition in terms of Islamic economics.

This research is a qualitative research with a descriptive approach. The object of this research is the Kresna English Language Institute in Kampung Inggris, Pare Subdistrict, Kediri Regency. Data collection techniques using method of observation, interviews, and documentation then analyzed based on sharia marketing strategy theory.

The results of the research are the marketing strategies of the Kresna English Language Institute Course in the form of products, prices, places, promotions, people, processes, physical evidence, promises, patience, and views on business competition that are in accordance with the marketing strategies that have been applied in sharia marketing strategies.

Keywords: Sharia Marketing Strategy, Business Competition.