

STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI

PERSAINGAN BISNIS

(Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



Oleh :

MARIYATUL QIBTIYAH

9.313.138.18

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2023

**STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS
(Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

MARIYATUL QIBTIYAH

9.313.138.18

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS
(Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)**

Ditulis oleh:

MARIYATUL QIBTIYAH

9.313.138.18

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I



Sri Anugrah Natalina, SE., M.M.

NIP.197712252009012006

Dosen Pembimbing II



Dijan Novia Saka, SE., M.M.

NIPPPK.19701214 202321 2 004

NOTA DINAS

Kediri, 06 Oktober 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mariyatul Qibtiyah

NIM : 931313818

Judul : Strategi Promosi *Word Of Mouth* Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak, kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I



Sri Anugrah Natalina, SE., M.M.

NIP.197712252009012006

Dosen Pembimbing II



Dijan Novia Saka, SE., M.M.

NIPPPK.19701214 202321 2 004

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 06 Oktober 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi
Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Mariyatul Qibtiyah
NIM : 931313818
Judul : Strategi Promosi *Word Of Mouth* Dalam Menghadapi Persaingan
Bisnis (Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 06 Oktober 2023 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak, kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing I



Sri Anugrah Natalina, SE., M.M.

NIP.197712252009012006

Dosen Pembimbing II



Dijan Novia Saka, SE., M.M.

NIPPPK.19701214 202321 2 004

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS
(Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)**

MARIYATUL QIBTIYAH

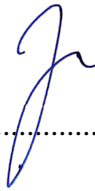
9.313.138.18

Telah diajukan didepan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Pada Tanggal 06 Oktober 2023

1. Penguji Utama

Dr. Binti Mutafarida, SE., M.El.


NIDN.2104108403


(.....)

2. Penguji I

Sri Anugrah Natalina, SE., M.M.


NIP.197712252009012006


(.....)


3. Penguji II

Dijan Novia Saka, SE., M.M.

NIPPPK.19701214 202321 2 004


(.....)

Kediri, 06 Oktober 2023


Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Annas Muslih, MHI
NIP. 19750101 199903 1 002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyanyang kepadamu”

(QS. An-Nisa : 29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan Ridho-Nya, skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Berkat bimbingan, motivasi dan arahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua tercinta Bapak Shofiyudin dan Ibu Jinab, terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang serta doa-doa yang selalu mengalir disetiap langkahku. Semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan dan kelancaran rezeki. Amin Ya Mujibassailin.
2. Kepada Ayyun Khoirul Ummah, kakak yang menjadi tempat berkeluh kesah selama pengerjaan skripsi ini dan selalu memberikan dukungan dan penuh semangat tiada henti.
3. Dosen pembimbing Ibu Sri Anugrah Natalina, SE., M.M. dan Ibu Dijan Novia Saka, SE., M.M. yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan masukan yang sangat berarti dan mendukung demi terselesainya skripsi ini.
4. Kepada sahabat dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang selalu memberikan semangat, menjadi sandaran kekuatan dan memberikan motivasi untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Umar Said selaku pemilik Ruang Cukur *Barbershop* Kepung yang telah memberikan izin kepada penulis untuk pengambilan data-data penelitian skripsi ini.
6. Kepada diri sendiri, terimakasih karena telah berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai mampu berada dititik in

ABSTRAK

MARIYATUL QIBTIYAH, 9.313.138.18, STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS (Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri). Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2023. Pembimbing (1) Sri Anugrah Natalina, SE., M.M. dan Pembimbing (2) Dijan Novia Saka, SE., M.M.

Kata Kunci: Promosi *Word Of Mouth*, Persaingan Bisnis

Strategi promosi *word of mouth* merupakan proses komunikasi yang mencakup rekomendasi baik itu secara individu atau kelompok dengan tujuan untuk memberikan informasi secara personal mengenai suatu produk atau jasa perusahaan. Persaingan bisnis yang berarti suatu perusahaan yang menawarkan produk atau jasa usaha yang sama. Persaingan bisnis *barbershop* yang semakin ketat sehingga Ruang Cukur *Barbershop* Kepung melakukan kegiatan promosi salah satunya menggunakan strategi promosi *word of mouth* agar mampu mempertahankan bisnisnya tetap eksis dan dikenal oleh masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini antara lain (1) Untuk menjelaskan penerapan strategi promosi *word of mouth* pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung. (2) Untuk menjelaskan strategi promosi *word of mouth* dalam menghadapi persaingan bisnis pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Untuk teknik analisis data penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Dalam menjalankan usahanya owner Ruang Cukur *Barbershop* menggunakan strategi promosi *word of mouth* dengan melakukan promosi secara langsung kepada orang-orang terdekat seperti keluarga, kerabat, dan tetangga. Kemudian Ruang Cukur *Barbershop* melakukan kerjasama dengan Salon Naya *Beauty* untuk *mempromosikan barbershop* kepada pelanggan salon dengan memberikan *loyalty card* untuk diberikan kepada orang lain. Melalui promosi ini diharapkan informasi yang didapatkan calon pelanggan dari pelanggan yang sudah menggunakan jasa pelayanan Ruang Cukur *Barbershop* tertarik untuk datang dan melakukan pelayanan jasa. 2) Ada banyaknya pesaing dengan bisnis yang sama sehingga Ruang Cukur *Barbershop* perlu melakukan strategi promosi *word of mouth* dalam menghadapi persaingan. Strategi yang dilakukan Ruang Cukur *Barbershop* yaitu fokus untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi, menjaga loyalitas pelanggan, menjaga image positif Ruang Cukur *Barbershop*. Ruang Cukur *Barbershop* melakukan analisis pesaing berupa mengidentifikasi pesaing, tujuan, kekuatan dan kelemahan pesaing.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih serta bersyukur karena masih diberi kesehatan dan kekuatan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI *WORD OF MOUTH* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS (Studi Pada Ruang Cukur *Barbershop* Kepung Kediri)”

Penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih, penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Ibu Sri Anugrah Natalina, SE., M.M. dan Ibu Dijan Novia Saka, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tidak lelah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pemilik Ruang Cukur *Barbershop* yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Teman-teman prodi Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang telah menemani masa-masa perkuliahan.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memberikan semangat agar dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya skripsi ini penulis suguhkan kepada

segenap pembaca dan harapan adanya saran dan kritik demi perbaikan. Semoga skripsi bermanfaat dan mendapatkan ridha Allah SWT.

Kediri, 06 Oktober 2023

Mariyatul Qibtiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian.....	13
E. Telaah Pustaka	14
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Strategi	19
1. Pengertian strategi.....	19
2. Fungsi strategi	20
B. Promosi	21
1. Pengertian promosi.....	21
2. Tujuan promosi	22
3. Bauran promosi	22
C. <i>Word Of Mouth</i>	24
1. Pengertian <i>word of mouth</i>	24

2. Manfaat <i>word of mouth</i>	25
3. Indikator <i>word of mouth</i>	26
4. Jenis-jenis <i>word of mouth</i>	27
5. Kekuatan dan kelemahan <i>word of mouth</i>	27
6. Elemen <i>word of mouth</i>	28
D. Persaingan Bisnis	30
1. Pengertian persaingan bisnis	30
2. Landasan hukum persaingan bisnis.....	31
3. Unsur-unsur dalam persaingan bisnis	31
4. Analisis pesaing	33
5. Persaingan bisnis dalam islam	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Kehadiran Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian.....	37
D. Sumber Data.....	37
E. Pengumpulan Data	38
F. Teknik Analisis Data.....	39
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	41
H. Tahap-Tahap Penelitian	42
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Sejarah Singkat Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung Kediri.....	44
2. Logo Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung.....	45
3. Visi dan Misi Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung	46
4. Struktur Organisasi Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung.....	46
5. Letak geografis Ruang Cukur <i>Barbershop</i>	48
6. Harga pelayanan jasa Ruang Cukur <i>Barbershop</i>	49
B. Paparan Data.....	50
C. Temuan Penelitian	62
BAB V PEMBAHASAN	65

A. Strategi promosi <i>word of mouth</i> yang diterapkan Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung	65
B. Strategi promosi <i>word of mouth</i> dalam menghadapi persaingan bisnis pada Ruang Cukur <i>Barbershop</i>	69
BAB VI PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ruang Cukur <i>Barbershop</i>	47
Gambar 4.3 Lokasi Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung	49
Gambar 4.4 Harga Pelayanan Jasa Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Kepung	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Usaha Jasa <i>Barbershop</i> di Kecamatan Kepung	5
Tabel 1.2 Perbandingan <i>Barbershop</i> Ruang Cukur, Omah <i>Barbershop</i> dan El <i>Barbershop</i>	6
Tabel 1.3 Data Pelanggan Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Tahun 2019-2022.....	11
Table 1.4 Data Pelanggan Melalui Promosi Word Of Mouth dan Instagram Tahun 2019-2022	12
Tabel 5.1 Data Pendapatan Ruang Cukur <i>Barbershop</i> Tahun 2020-2022...	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian dari Ruang Cukur <i>Barbershop</i>	
Lampiran 4. Dokumentasi.....	
Lampiran 6. Bukti Konsultasi Dosen Pembimbing.....	
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	