

## ABSTRAK

**Itsna Nurul Mustafida, NIM : 1820210139, Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya Pati**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya dalam menarik minat konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnisnya. Salah satu cara adalah menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus disusun secara efektif guna harus mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan agar tetap menjaga eksistensi perusahaan.

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya di Kota Pati dalam meningkatkan daya saing, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dihadapi Usaha Ayam Petelur Dua Naga Jaya dalam meningkatkan daya saing. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam perspektif Islam yang diterapkan oleh usaha ayam petelur dua Naga Jaya melalui elemen-elemen yang ada di *marketing mix* yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*), janji (*promise*), dan hubungan masyarakat (*public relations*) atau yang bisa kita sebut dengan 9p. Kelebihan yang dihadapi dalam usaha ayam petelur Dua Naga Jaya yaitu permintaan yang stabil, diversifikasi produk, potensi pasar ekspor, penerapan teknologi modern, dampak sosial dan ekonomi, sedangkan untuk kekurangan yang dihadapi dalam usaha ayam petelur Dua Naga Jaya yaitu, biaya produksi yang tinggi, persaingan yang ketat, standar kualitas dan keamanan, perubahan kebijakan dan regulasi, serta ketergantungan pada ketersediaan pakan.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Daya Saing*