

ABSTRAK

Silviani (1320210102), Strategi Pemasaran El-Nifa Boutique Untuk Meningkatkan Daya Saing, Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus 2017.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Pemasaran tidak terlepas dari unsur persaingan. Daya saing merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu perusahaan. Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui bagaimana pemasaran yang dilakukan El-Nifa Boutique. kedua, untuk mengetahui strategi pemasaran yang bagaimana yang digunakan El-Niffa Boutique untuk meningkatkan daya saingnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), sumber data penelitiannya dengan data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kedua, obyek penelitian adalah masalah-masalah yang terkait dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh El-Nifa Boutique melibatkan segmentasi pasar, target pasar dan posisi pasar serta penerapan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Dalam meningkatkan daya saing pada era persaingan ini, El-Nifa Boutique menerapkan strategi pemasaran dengan mengunggulkan manfaat dan biaya yang harus dikeluarkan konsumen. Untuk mendukung hal tersebut terwujud, maka El-Nifa telah mengidentifikasi situasi dalam usahanya, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Daya Saing