

ABSTRAK

Hartatik, 1520310178, Strategi Pemasaran Syariah dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Toko Pojok Ngembalrejo Bae Kudus).

Penelitian ini adalah studi kasus, yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang digunakan Toko Pojok dalam menghadapi persaingan usaha. Pemasaran syariah adalah pemasaran spiritual yang memandang pesaing bukan musuh tetapi mitra sejajar yang mampu memacu inovasi dan kreativitas suatu perusahaan. Persaingan adalah hal yang baik untuk perusahaan dalam memperbesar pasar yang saat ini dimiliki. Toko Pojok merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang ritel di wilayah Ngembalrejo. Banyaknya pelaku bisnis yang serupa, dengan menawarkan keunggulan yang berbeda siap untuk mengambil pasar yang telah diraih oleh Toko Pojok kapan saja. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang berusaha untuk mengungkap sesuatu, dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Subyek penelitian ini adalah pemilik toko, wakil pemilik toko dan 2 konsumen Toko Pojok Ngembalrejo Bae Kudus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Setelah data terkumpul dan dianalisis, hasil penelitian menunjukkan bahwa: *Pertama*, strategi pemasaran syariah yang digunakan Toko Pojok secara garis besar sesuai dengan teori strategi pemasaran syariah serta telah menerapkan karakteristik pemasaran syariah, etika pemasaran syariah dan praktik pemasaran Nabi Muhammad. *Kedua*, Toko Pojok dalam menghadapi persaingan usaha menggunakan strategi pemasaran syariah sebagai keunggulan kompetitif, sehingga Toko Pojok dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen dalam bertransaksi.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran Syariah, Persaingan Usaha.*