

**ABSTRAK****Choirotul Ilmi Sholikah, 1720310206, Strategi Pemasaran Syariah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis (Studi Kasus: Toko Nibras House Winong).**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Nibras House Winong dalam memasarkan produknya, mengapa strategi pemasaran yang sudah dilakukan Toko Nibras House Winong belum mampu bersaing dengan kompetitor lainnya, dan apakah Toko Nibras House Winong sudah menggunakan strategi pemasaran syariah dalam menghadapi persaingan bisnis.

Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Teknik dalam pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti secara langsung. Teknik analisis data dengan menggunakan metode reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bentuk strategi pemasaran yang dilakukan Toko Nibras House Winong sesuai dengan konsep bauran pemasaran yaitu pertama, produk yang berkualitas. Kedua, harga yang kompetitif selaras dengan kualitas produk dan target pasar. Ketiga, tempat yang kurang efektif namun memiliki tempat yang bersih, nyaman, dan rapi. Keempat, promosi yang dimaksimalkan perusahaan melalui sosial media. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran Toko Nibras House Winong belum mampu bersaing dengan kompetitor lainnya disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana faktor internal terdapat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Selain itu juga terdapat faktor kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dari pihak owner, banyaknya usaha toko yang menjual pakaian muslim yang semakin banyak, dan strategi pemasaran yang mudah ditiru oleh pesaing lainnya. Dalam menghadapi persaingan bisnis untuk mendapatkan konsumen dapat dicapai dengan memaksimalkan strategi pemasaran mix syariah yang dipadukan dengan pelayanan yang memiliki konsep kekeluargaan dan kejujuran

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, Persaingan Bisnis**