

ABSTRAK

Yusroh Ilmi, 1720310013, Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus pada CV Mubarakfood Cipta Delicia Di Kudus)

Marketing syariah adalah sebuah disiplin strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari seorang inisiator kepada stakeholder sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Al-Qur'an dan Hadits. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Jenang merupakan makanan khas Kota Kudus yang menjadi incaran para wisatawan asing dari luar kota yang dijadikan sebagai oleh-oleh dalam kunjungan mereka ke Kota Kudus, sehingga banyak sekali wirausahawan menjalankan bisnis yang sama. Dengan hal tersebut, perlu adanya strategi yang tepat dan tentunya terpenuhi kebutuhan yang paling mendasar dan paling pokok dari pemasaran yaitu kejujuran, moral, dan etika dalam bisnis yang tercermin dalam karakteristik dari marketing syariah agar dapat menarik perhatian konsumen serta mampu memenangkan persaingan bisnis yang begitu ketat. Tujuan penelitian untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan CV Mubarakfood Cipta Delicia dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari perspektif marketing syariah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan sekunder yang didapat dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan CV Mubarakfood Cipta Delicia dalam menghadapi persaingan bisnis menerapkan unsur strategi pemasaran yang terdiri dari segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* dan menerapkan unsur taktik pemasaran yakni bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur (*product, place, price, dan promotion*). Ditinjau dari perspektif marketing syariah, mencakup empat karakteristik marketing syariah dalam menghadapi persaingan bisnis yang diterapkan CV Mubarakfood Cipta Delicia adalah theistis (*rabbaniyah*) yaitu ketuhanan yang meyakini bahwa Allah SWT yang maha melihat segala kegiatan, jujur dalam menyampaikan informasi mengenai produk, etis (*akhlakiah*) yaitu etika dalam bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW yakni dengan berperilaku baik, bersikap adil dan bekerja secara profesional, realistik (*al-waqi'iyah*) yaitu penentuan harga yang proporsional, berpenampilan yang bersih dan bersahaja dalam segala aktivitas pemasaran dan humanistik (kemanusiaan) yaitu tidak mengambil keuntungan yang berlebih dengan menghalalkan segala cara dan ramah kepada pelanggan, menyediakan fasilitas berupa tempat duduk untuk pelanggan beristirahat.

Kata kunci: Persaingan Bisnis, Strategi Pemasaran, Marketing Syari'ah.