

ABSTRAK

Susyanti, 2021, *Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Zoya Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Fena Ulfa Aulia, S.E,M.Ak

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

Pemasaran Islami adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator kepada *skateholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip islam dan muamalah dalam islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh Toko Zoya Pamekasan dalam menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat seperti sekarang ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah kepala toko, karyawan dan pelanggan Toko Zoya Pamekasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Zoya Pamekasan dilihat dari aspek pemasarannya, telah menerapkan strategi pemasaran syariah yang terdiri dari bauran pemasaran syariah, mencontoh karakteristik dan praktik pemasaran Rasulullah SAW yaitu: *rabbaniyah, akhlaqiyyah, al-waqi'iyah* dan *insaniyyah*, penerapan nilai-nilai pemasaran syariah yaitu: *siddiq, amanah, tabligh, fathonah* dan *syaja'ah* dan juga penerapan persaingan bisnis Islami.