

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Syariah Produk Susu PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Rosita Elok Puja Iklima, NIM. 12402173210 pembimbing Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena seiring berkembangnya zaman tingkat konsumsi susu sapi perah semakin meningkat, mengingat saat ini terjadi pandemi Covid-19 yang mengharuskan manusia untuk meningkatkan imun yang ada dalam tubuh, selain itu semakin maraknya perusahaan penampungan susu sapi perah diberbagai daerah membuat PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” harus memiliki strategi khusus dalam pemasaran produknya agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Strategi pemasaran yang digunakan pun juga menggunakan konsep *marketing mix* dan juga dilihat dari sudut pandang islam dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” ? (2) Bagaimana peningkatan daya saing usaha pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah dan cara peningkatan daya saing usaha yang diterapkan pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan sumber data yang diperoleh dari hasil pengamatan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Sedangkan teknis analisis yang digunakan melalui tahap pemilihan hal pokok dan hal penting di lapangan, sehingga pemaparan data bisa dipahami pada kasus yang saat itu di teliti. Terakhir dengan menyimpulkan memperoleh tujuan dari sebuah penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang dilakukan PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” adalah dengan menjaga kualitas susu sapi perah dan juga meningkatkan volume susu sapi perah yang dikirim ke Industri Pengelolaan Susu (IPS). Dengan tetap mengutamakan prinsip islam dalam bermuamalah, bukan hanya mengutamakan keuntungan namun juga keberkahan dalam berbisnis. Untuk meningkatkan daya saing usaha maka PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” melakukan sebuah program sosialisasi kepada para peternak dan pemberian penghargaan kepada peternak.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran Syariah, Marketing Mix, Daya Saing Usaha**

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Sharia Marketing Strategy for Dairy Products PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah" to Improve Business Competitiveness in Pagerwojo District, Tulungagung Regency" was written by Rosita Elok Puja Iklima, NIM. 12402173210 supervisor Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.*

*This research is motivated because along with the times the level of consumption of dairy cows is increasing, considering that there is currently a Covid-19 pandemic that requires humans to increase the immune system in the body, besides that the proliferation of dairy cow milk storage companies in various regions has made PT Sumber Susu " Halalan Thoyibah" must have a special strategy in marketing its products in order to be able to compete with other competitors. The marketing strategy used also uses the concept of marketing mix and is also seen from an Islamic point of view in the economic activities carried out.*

*The focus of the research in writing this thesis is (1) How is the implementation of sharia marketing strategy at PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah"? (2) How to increase business competitiveness at PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah"?. This study aims to determine the sharia marketing strategy and how to increase business competitiveness applied to PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah".*

*In this study, the researcher used a qualitative research method with a descriptive type of research. While the source of data obtained from observations through observations, interviews, and documentation. While the technical analysis used is through the selection stage of the main and important things in the field, so that the data exposure can be understood in the case that was being studied. Finally, by concluding to obtain the objectives of a study.*

*The results of this study indicate that the sharia marketing strategy carried out by PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah" is to maintain the quality of dairy cow's milk and also increase the volume of dairy cow's milk sent to the Dairy Management Industry (IPS). By still prioritizing Islamic principles in converting, not only prioritizing profits but also blessings in doing business. To improve business competitiveness, PT Sumber Susu "Halalan Thoyibah" conducts a program of outreach to farmers and awards to farmers.*

**Keywords: Islamic Marketing Strategy, Marketing Mix, Business Competitiveness**