

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Putra Jaya Nanas Blitar” ini ditulis oleh Yuan Nisa Abdulloh, NIM. 17402163580, Dosen Pembimbing Prof. Dr. H. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan bisnis dalam bidang produksi minuman kemasan yang semakin meningkat. Untuk dapat bersaing perusahaan perlu menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat serta menonjolkan keunggulan produk agar dapat mempertahankan daya saing perusahaannya. Sebagai seorang muslim strategi bauran pemasaran yang diambil harus didasarkan pada syariah Islam.

Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran pemasaran syariah dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan PT. Putra Jaya Nanas di Blitar Jawa Timur. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi produk (*produk*) menurut syariah dalam meningkatkan daya saing pada PT. Putra Jaya Nanas di Blitar Jawa Timur. (2) Bagaimana strategi promosi (*promotion*) menurut syariah dalam meningkatkan daya saing pada PT. Putra Jaya Nanas di Blitar Jawa Timur. (3) Bagaimana strategi harga (*price*) menurut syariah dalam meningkatkan daya saing pada PT. Putra Jaya Nanas di Blitar Jawa Timur. (4) Bagaimana strategi tempat atau saluran distribusi (*place*) menurut syariah dalam meningkatkan daya saing pada PT. Putra Jaya Nanas di Blitar Jawa Timur.

Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model analisis data interaktif yang dicetuskan Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, kemudian penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dalam meningkatkan daya saing perusahaan PT. Putra Jaya Nanas menerapkan: (1) strategi produk (*produk*) menurut syariah dalam meningkatkan daya saing yaitu menonjolkan keunggulan bersaing produk lewat kualitas produk, sertifikat halal, merek dagang dan BPOM, serta pelayanan yang diberikan yang berupa sikap tanggung jawab terhadap produk. (2) Strategi promosi (*promotion*) menggunakan lebih mengedepankan sales. (3) Strategi Harga (*price*) yaitu dengan menetapkan harga sesuai dengan kualitas dan perhitungan Hpp perusahaan serta tidak mengambil keuntungan yang berlipat. (4) strategi tempat/saluran distribusi (*place*) keunggulan lokasi usaha yang dekat dengan bahan baku utama, serta dalam memperlancar pendistribusian produk perusahaan menggunakan bantuan perantara yang diperbolehkan syariah.

**Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Pemasaran Syariah, Daya Saing**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Sharia Marketing Mix Strategy in Improving the Competitiveness of PT. Putra Jaya Nanas Blitar" was written by Yuan Nisa Abdulloh, NIM. 17402163580, Supervisor Prof. Dr. H. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.*

*This research is motivated by the increasing level of business competition in the field of packaged beverage production. To be able to compete, companies need to apply the right marketing mix strategy and highlight product excellence in order to maintain the company's competitiveness. As a Muslim, the marketing mix strategy taken must be based on Islamic sharia. Therefore this study aims to analyze the marketing mix strategy of sharia in an effort to increase the competitiveness of PT. Putra Jaya Pineapple in Blitar, East Java. The focus of the problem in this study is (1) How is the product (product) strategy according to sharia in increasing competitiveness at PT. Putra Jaya Pineapple in Blitar, East Java. (2) What is the promotion strategy according to sharia in increasing competitiveness at PT. Putra Jaya Pineapple in Blitar, East Java. (3) What is the price strategy according to sharia in increasing competitiveness at PT. Putra Jaya Pineapple in Blitar, East Java. (4) What is the strategy of place or distribution channel (place) according to sharia in increasing competitiveness at PT. Putra Jaya Pineapple in Blitar, East Java.*

*This research is a descriptive qualitative research approach with a case study type of research. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation using primary data and secondary data. The data analysis technique used is an interactive data analysis model initiated by Miles and Huberman, namely data reduction, data presentation, then drawing conclusions or verification.*

*The results of the study show that in increasing the competitiveness of PT. Putra Jaya Nanas implements: (1) product (product) strategy according to sharia in increasing competitiveness, namely highlighting product competitive advantages through product quality, halal certificates, trademarks and BPOM, as well as services provided in the form of a responsible attitude towards products. (2) The promotion strategy (promotion) is to prioritize sales. (3) Price strategy, namely by setting prices in accordance with the quality and calculation of the company's HPP and not taking multiple profits. (4) strategy of place/distribution channel (palce) advantage of business location which is close to the main raw materials, as well as in facilitating the distribution of the company's products using the help of intermediaries permitted by sharia.*

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