

## ABSTRAK

Aulia Nur Rahmi. NIM 20.2.21.005. *Analisis Strategi Marketing Syariah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Menghadapi Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Sangatta Jl. Poros sgt-btg.* Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Imrona Hayati, M.Pd. selaku pembimbing I dan Totok Adhi Prasetyo, M.M. selaku pembimbing II.

Tujuan untuk memahami bagaimana usaha mikro kecil menengah yang beroperasi dalam kerangka pemasaran syariah merespon tantangan kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM yang berorientasi pada prinsip-prinsip syariah untuk mengatasi kenaikan harga bahan bakar minyak. Hal ini mungkin mencakup strategi seperti peningkatan efisiensi operasional, pengembangan produk yang lebih tepat secara energi, pendekatan pemasaran yang lebih kreatif, atau bahkan inovasi dalam hal distribusi dan rantai pasokan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran syariah yang efektif, diharapkan UMKM dapat tetap berdaya saing dan berkelanjutan dalam menghadapi perubahan harga BBM yang tidak terduga.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan di mana untuk memperoleh data yang akurat maka penulis datang langsung ke lokasi penelitian yaitu kualitatif. Melakukan survei kepada sejumlah UMKM yang berpandangan pada pemasaran syariah untuk memahami strategi-strategi yang mereka terapkan dalam menghadapi kenaikan harga BBM. Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM yang relevan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang strategi pemasaran syariah yang mereka terapkan dalam menghadapi kenaikan harga BBM. Analisis ini dapat memberikan wawasan tentang perubahan strategis yang dilakukan oleh UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut.

Hasil penelitian ini dapat mengidentifikasi strategi pemasaran syariah yang nyata dan efektif yang digunakan oleh UMKM untuk menghadapi kenaikan harga BBM. Ini mencakup strategi seperti pengembangan produk yang lebih tepat secara energi, atau pendekatan pemasaran yang lebih kreatif yang mempertimbangkan nilai-nilai syariah. Penelitian dapat menganalisis berbagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM dalam menghadapi kenaikan harga BBM. Ini dapat menganalisis apakah strategi-strategi tersebut berhasil dalam mengatasi kenaikan harga BBM terhadap kinerja bisnis mereka, seperti peningkatan penjualan, keuntungan, atau keberlanjutan konsep. Berdasarkan temuan dari penelitian, dapat untuk UMKM dalam menghadapi kenaikan harga BBM. Beberapa UMKM syariah menerapkan strategi penyesuaian harga dengan tetap berusaha menjaga daya beli konsumen, misalnya dengan memberi potongan harga. Hasil dari penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada sumber tentang pemasaran syariah dan manajemen UMKM dengan memberikan pemahaman baru tentang bagaimana UMKM dapat menghadapi tantangan harga BBM dengan memanfaatkan prinsip-prinsip syariah.

**Kata Kunci:** Bahan Bakar Minyak, Strategi Marketing Syariah, UMKM Menghadapi Kenaikan Harga BBM.