

## ABSTRAK

Humaira. Nim 20.2.21.085. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pedagang Sembako di Pasar Sangatta Selatan Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Musthato, M.Pd selaku pembimbing I dan H. Zanuwar Anwari, Lc., M.S.I selaku pembimbing II.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi yang digunakan pedagang sembako di pasar Sangatta Selatan dalam meningkatkan daya saing perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana untuk memperoleh data yang akurat maka penulis datang langsung ke lokasi penelitian yakni pasar Sangatta Selatan, dengan menggunakan pendekatan penelitian yaitu kualitatif. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pedagang sembako atau pemilik toko, karyawan toko dan pelanggan toko. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik (pengumpulan data) observasi, wawancara, dokumentasi dan data yang diperoleh, dikumpulkan, dan diolah secara deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pedagang sembako di pasar Sangatta Selatan menggunakan strategi bauran pemasaran di antaranya adalah strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam menghadapi persaingan pedagang sembako di pasar Sangatta Selatan melakukan strategi biaya rendah (*cost leadership*) dan strategi pembedaan (*diferensiasi*). Pedagang sembako juga sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqqiyah*), realistis (*al-waqiyyah*) serta humanistis (*insaniyyah*).

**Kata Kunci** : Daya Saing, Pasar