

ABSTRAK

Skripsi ini ditulis oleh **Nur Hanifa NIM. 3722239** Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Tahun 2026, Skripsi ini berjudul “**Strategi Pemasaran Syariah dalam Menghadapi Pesaing pada Toko Mandiri Bangunan di Kecamatan Mungka Kabupaten Lima Puluh Kota**” dengan Dosen Pembimbing **Ibuk Khadijah Nurani, SE, M.Si**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan munculnya permasalahan terkait meningkatnya persaingan usaha pada toko bangunan yang berdampak pada penurunan jumlah penjualan toko Mandiri Bangunan yang dipengaruhi oleh adanya perbedaan harga antara toko Mandiri Bangunan dengan pesaing, kualitas pelayanan yang kurang baik serta minimnya promosi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Syariah yang diterapkan Toko Mandiri Bangunan untuk Bertahan Dalam Persaingan Bisnis Toko Bangunan di Kecamatan Mungka

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, jenis dan sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dapat menggambarkan bagaimana keadaan Mengenai Strategi Pemasaran Syariah dalam Menghadapi Pesaing pada Toko Mandiri Bangunan Kecamatan Mungka. Dan menganalisis data dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS serta SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Toko Mandiri Bangunan dalam menghadapi pesaing adalah strategi pemasaran syariah. Penerapan indikator *Product*, *Place*, *Process*, *Physical Evidence* dan *Promise* sudah diterapkan dengan baik sebagaimana teori sedangkan untuk indikator *Price*, *Promotion*, *People*, *Patience* masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Hasil diagram analisis SWOT Toko Mandiri Bangunan berada pada kuadran 1 (+,+) yang membuktikan bahwa posisi toko yang sangat kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah *Agresif*, artinya toko dalam kondisi prima dan mantap sehingga memungkinkan untuk memperbesar pertumbuhan secara maksimal. Berdasarkan perhitungan analisis SWOT strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Toko Mandiri Bangunan dalam menghadapi pesaing yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan internal (*strength*) dan memaksimalkan peluang (*opportunity*) yang ada di eksternal.

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Pesaing, Analisis SWOT