

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Bersaing Pedagang Pakaian Muslim Dalam Marketplace Halal (Studi Kasus: Usaha Ritel El Aziz Moslem Store Tarok Bukittinggi)**” yang disusun oleh Imel, NIM 3722103 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya permasalahan naik turunnya pendapatan di tengah pesatnya perkembangan marketplace halal, yang disebabkan oleh strategi bersaing yang di terapkan belum sepenuhnya dalam menghadapi perubahan tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi yang diterapkan oleh Toko El Aziz *Moslem Store* untuk bersaing dalam perkembangan *Marketplace* halal.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif Deskriptif dan survei, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh penulis melalui menyebarkan kuesioner tertutup, wawancara kepada pemilik serta karyawan Toko El Aziz *Moslem Store*. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT, yaitu analisis terhadap data yang diperoleh untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa El Aziz *Moslem Store* menggunakan strategi bersaing yang digunakan pedagang pakaian muslim dalam marketplace halal . Berdasarkan analisis SWOT, Toko El Aziz *Moslem Store* berada pada Kuadran I dengan skor strategi SO tertinggi sebesar 6,11, yang menunjukkan posisi kuat dan mendukung strategi agresif. Strategi SO direkomendasikan sebagai strategi utama dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal secara optimal. Dari hasil perumusan 91 alternatif strategi SO, dan dikelompokkan menjadi 7 strategi. Tujuh kelompok strategi SO yang dihasilkan meliputi strategi : Strategi Diferensiasi dan Kenyamanan Produk, Strategi Peningkatan dan Konsistensi Kualitas Produk, Strategi Penguatan Branding dan Identitas Produk, Strategi Transparansi Harga dan Informasi Produk, Strategi Promosi Kreatif Berbasis Nilai Islami, Strategi pelayanan Islami untuk Meningkatkan Loyalitas, dan Strategi Membangun Kepercayaan dan Hubungan Jangka Panjang. Ketujuh strategi tersebut menunjukkan bahwa El Aziz *Moslem Store* berada pada Kuadran I (Agresif) karena mampu memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal secara maksimal.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Analisis SWOT, Bisnis Syariah, Pakaian Muslim, Marketplace Halal