

## **ABSTRAK**

Skripsi ini berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Stick Rayco Bunda Di Kecamatan Lintau Buo Utara Kabupaten Tanah Datar**. Disusun oleh **NADILA FITRIANA Nim.3722248**. Program studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya permasalahan di Usaha Stick Rayco Bunda yang dimana terjadinya penurunan penjualan dan peningkatan jumlah pesaing pada Usaha Stick Rayco Bunda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Stick Rayco Bunda dalam Meningkatkan Daya Saing di Kecamatan Lintau Buo Utara. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari usaha Stick Rayco Bunda melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis reduksi data (data reduction), Analisis paparan data (data display) dan Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Dari hasil penelitian analisis strategi pemasaran yang dilakukan Stick Rayco Bunda adalah strategi pemasaran yang diterapkan telah menunjukkan keberhasilan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing, terutama melalui pendekatan bauran pemasaran (4P: Product, Price, Place, Promotion). Produk ini unggul dalam kualitas rasa, menciptakan rasa khas yang disukai konsumen. Harga yang kompetitif menjadi nilai tambah, memungkinkan produk ini bersaing dengan merek lain di pasar. Meski lokasi produksi berada di wilayah pedesaan, pemasaran melalui warung-warung dan pasar lokal membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat. Promosi dari mulut ke mulut juga efektif dalam meningkatkan kesadaran merek tanpa memerlukan biaya besar.

**Kata Kunci : Analisis Strategi, Pemasaran, Daya Saing**