

ABSTRAK

Skripsi ini adalah hasil karya Aisyah, NIM 1720802044 dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Batik Handayani Untuk Meningkatkan Daya Saing Penjualan Perspektif Ekonomi Islam”** program studi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid (UNUJA) Probolinggo.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan daya saing dan perspektif marketing syari’ahnya dalam upaya meningkatkan daya saing pada pemasaran Batik Handayani di kecamatan Tamanan Desa Kemirian Kabupaten Bondowoso.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kealitatif. Penelitian kualitatif ini bersifat *eksploraris*, yaitu menggali konsep strategi pemasaran dengan melihat daya saing secara mendalam dan melihat realita yang ada di lapangan saat ini untuk mendapatkan pengetahuan. Teknik pengumpulan data diperoleh dari data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Strategi pemasaran Batik Handayani untuk meningkatkan daya saing perspektif ekonomi Islam dilakukan dengan strategi pemasaran menawarkan produk di sosmed dan menawarkan produk langsung kepada konsumen, memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen maupun pelanggan, mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen, memberikan harga yang standar dengan kualitas yang baik. Sedangkan dalam *perspektif marketing syari’ah* strategi pemasaran Batik Handayani sesuai dengan karakteristik pemasaran Islam, sesuai dengan cara berbisnis Nabi Muhammad SAW. Sesuai dengan karakteristik pemasaran Islam yaitu : ketuhanan, etis (akhlak), realistis dan humanities. Pemasaran yang sesuai dengan cara berbisnis nabi Muhammad SAW, meliputi : *shiddiq, amanah, tablifg* dan *fathanah*.

Kata kunci : Strategi, Daya saing, marketing syariah.