

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *marketing mix* pada Shafira Palembang dan strategi yang paling unggul dalam mengatasi persaingan usaha dengan fenomena yaitu penjualan yang mengalami *fluktuasi* atau tidak tetap mulai dari periode 2019-2022 yang disebabkan oleh persaingan fashion muslim yang semakin ketat.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder, informan penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang terdiri dari 7 orang informan. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan penerapan *marketing mix* Shafira Palembang telah sesuai dengan 7P yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Terdapat 4 strategi yang paling unggul dalam mengatasi persaingan usaha yaitu strategi produk, strategi proses, strategi promosi dan strategi orang sedangkan yang 3P lainnya lagi masih belum bisa dikatakan unggul dalam mengatasi persaingan usahanya..

Kata Kunci : Keunggulan, *Marketing Mix*, Persaingan Usaha

ABSTRACT

This study aims to find out how to apply the marketing mix strategy to Shafira Palembang and the strategy that is the most superior in overcoming business competition with the phenomenon, namely sales that experience fluctuations or are not fixed starting from the 2019-2022 period caused by increasingly fierce competition in Muslim fashion.

The research methodology used in this research is field research using a descriptive qualitative approach. The data source for this research comes from primary and secondary data, the informants of this study used purposive sampling consisting of 7 informants. Data collection techniques come from interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is data reduction, data presentation and conclusion.

The results showed that overall the implementation of Shafira Palembang's marketing mix was in accordance with the 7Ps, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. There are 4 strategies that are the most superior in overcoming business competition, namely product strategy, process strategy, promotion strategy and people strategy, while the other 3Ps still cannot be said to be superior in competition.

Keywords: Excellence, Marketing Mix, Business Competition