

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan dalam jasa transportasi pariwisata, sehingga perusahaan dituntut memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *marketing mix* berbasis syariah yang mengedepankan nilai kejujuran, keterbukaan, dan etika dalam pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *marketing mix* syariah serta perannya dalam meningkatkan daya saing pada Bus Pariwisata X-Saudi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari manajer, karyawan/supir, dan pelanggan. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bus Pariwisata X-Saudi telah menerapkan *marketing mix* syariah melalui tujuh elemen (7P) yang berlandaskan prinsip kejujuran, amanah, dan keterbukaan. Penerapan tersebut mampu meningkatkan daya saing perusahaan melalui kepercayaan pelanggan, transparansi harga, serta kualitas pelayanan yang baik.

Kata kunci: *Marketing Mix Syariah*, Daya Saing, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research is motivated by the increasingly fierce competition in tourism transportation services, requiring companies to develop appropriate marketing strategies to increase competitiveness. One approach that can be used is a sharia-based marketing mix that prioritizes honesty, openness, and ethics in service. This study aims to determine the implementation of the sharia marketing mix strategy and its role in increasing competitiveness at X-Saudi Tourism Bus. The research method used was qualitative with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation with informants consisting of managers, employees/drivers, and customers. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that X-Saudi Tourism Bus has implemented a sharia marketing mix through seven elements (7Ps) based on the principles of honesty, trustworthiness, and openness. This implementation has been able to increase the company's competitiveness through customer trust, price transparency, and good service quality.

Keywords: *Sharia Marketing Mix, Competitiveness, Customer Satisfaction.*