

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Nusantara Grosir Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Nusantara Grosir (NUGO Mart) Podorejo Sumbergempol Tulungagung)” ini ditulis oleh Muhammad Nashrudin, NIM. 12405183189 pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya kebutuhan seseorang di suatu daerah dalam melaksanakan tradisinya, membuat NUGO Mart mengembangkan usaha untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Dengan cara memahami beberapa strategi pemasaran yang meliputi: STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan Bauran Pemasaran 7P.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Nusantara Grosir (NUGO Mart) dalam meningkatkan keunggulan bersaing? (2) Bagaimana kendala dan upaya yang dilakukan Nusantara Grosir (NUGO Mart) dalam meningkatkan keunggulan bersaing? Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah menganalisis teori dan penerapan strategi pada Nusantara Grosir (NUGO Mart), penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi generik, terdapat tiga variabel dalam strategi tersebut yaitu strategi diferensiasi, strategi keunggulan biaya rendah, dan strategi fokus. Ketiga variabel strategi generik ini saling mendukung. Sehingga ketiga variabel strategi ini dibutuhkan seluruhnya dalam proses meningkatkan keunggulan bersaing pada Nusantara Grosir (NUGO Mart). Kendala usaha NUGO Mart dalam meningkatkan keunggulan bersaing dikategorikan menjadi dua yaitu kendala internal dan eksternal. Untuk mengatasi kendala tersebut NUGO Mart mengatasinya dengan mempertimbangkan lagi barang yang akan ditambah di toko, membuka lowangan, melakukan promosi offline maupun online, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Kata kunci: Strategi STP, Bauran Pemasaran, Keunggulan Bersaing.

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Nusantara Wholesale Marketing Strategy in Increasing Competitive Advantage (Case Study on Nusantara Wholesale (NUGO Mart) Podorejo Sumbergempol Tulungagung)" This was written by Muhammad Nashrudin, NIM. 12405183189 supervisor Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the increasing number of people's needs in an area in carrying out their traditions, making NUGO Mart develop businesses to be able to create competitive advantages. By understanding several marketing strategies which include: STP (Segmenting, Targeting, Positioning) and 7P's Marketing Mix.

This study aims to find out (1) How is the implementation of the marketing strategy by Nusantara Wholesale (NUGO Mart) in increasing competitive advantage? (2) What are the obstacles and efforts made by Nusantara Wholesale (NUGO Mart) in increasing competitive advantage? This study uses a qualitative research type with a descriptive type of research. Sources of data used in this study are primary data and secondary data.

Based on the results of the study, it shows that after analyzing the theory and application of strategies at Nusantara Wholesale (NUGO Mart), this study shows that the strategy used is a generic strategy, there are the three variables in the strategy are differentiation strategy, low cost advantage strategy, and focus strategy. These three generic strategy variables support each other. So that these three strategic variables are needed entirely in the process of increasing competitive advantage at Nusantara Wholesale (NUGO Mart). NUGO Mart's business constraints in increasing competitive advantage are categorized into two, namely internal and external constraints. To overcome these obstacles, NUGO Mart overcomes them by reconsidering the items to be added in the store, opening vacancies, conducting offline and online promotions, and implementing appropriate marketing strategies.

Keywords: STP Strategy, Marketing Mix, Competitive Advantage.