

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Meningkatkan Citra Toko Pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Antar Usaha *Retail*” yang ditulis oleh Anggun Nur Kholifah, NIM. 12405193078, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M. Pd. I.

Konteks penelitian ini adalah fenomena banyaknya usaha retail dengan jenis yang sama seperti Fiq Baby (*Fashion Kids*) di Tulungagung. Dari banyaknya usaha retail memicu terjadinya persaingan bisnis antar usaha *retail*, sehingga dibutuhkan strategi yang berkaitan dengan *retail* yaitu meningkatkan citra toko agar Fiq Baby (*Fashion Kids*) mampu menghadapi persaingan bisnis.

Fokus penelitian yang diambil dalam penelitian ini yaitu: (1). Bagaimana strategi harga pada Fiq Baby (*Fashion Kids*)? (2). Bagaimana strategi promosi yang pada Fiq Baby (*Fashion Kids*)? (3). Bagaimana strategi pelayanan konsumen pada Fiq Baby (*Fashion Kids*)? (4). Bagaimana strategi meningkatkan citra toko pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) dalam menghadapi persaingan bisnis antar usaha *retail*?

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dan dengan teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta teknik analisis data yang digunakan adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi harga pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) adalah menetapkan harga rendah dengan mengambil keuntungan yang sedikit, mengubah harga pada rak setiap kali terdapat perubahan harga, sering mengadakan harga promosi, dan mengkomunikasikan langsung harga kepada konsumen. (2) Strategi promosi pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) adalah menggunakan empat bauran promosi yaitu periklanan, publisitas, penjualan perseorangan, dan promosi penjualan. (3) Strategi pelayanan pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) adalah handal dalam melayani konsumen dengan merespon secara cepat, memiliki daya tanggap yang cepat mengatasi keluhan konsumen, memahami produk yang dijual, dan memberikan rasa percaya kepada konsumen dengan cara berjualan secara jujur. (4) Strategi meningkatkan citra toko pada Fiq Baby (*Fashion Kids*) dalam menghadapi persaingan bisnis terdapat tiga indikator persaingan yaitu, (a) strategi daya saing harga adalah menggunakan strategi harga jual yang murah, (b) strategi daya saing promosi adalah melakukan iklan produk, konsisten dalam mempublikasikan produk, melakukan penjualan perseorangan atau penjualan langsung, dan memberikan reward kepada pelanggan setia serta mengikuti pameran dagang. (c) strategi daya saing pelayanan adalah memberikan pelayanan yang setulus hati dengan sigap dalam membantu konsumen.

Kata kunci: Strategi harga, strategi promosi, strategi pelayanan, persaingan bisnis

ABSTRACT

Thesis with the title "Strategy to Improve Store Image on Fiq Baby (Fashion Kids) in Facing Business Competition Between Retail Businesses" written by Anggun Nur Kholifah, NIM. 12405193078, majoring in Sharia Business Management, supervisor Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd. I.

The context of this research is the phenomenon of the large number of retail businesses of the same type as Fiq Baby (Fashion Kids) in Tulungagung. The many retail businesses trigger business competition between retail businesses, so a strategy related to retail is needed, namely to improve the store's image so that Fiq Baby (Fashion Kids) is able to face business competition.

The research focus taken in this study is: (1). What is the pricing strategy for Fiq Baby (Fashion Kids)? (2). What is the promotional strategy for Fiq Baby (Fashion Kids)? (3). What is the customer service strategy at Fiq Baby (Fashion Kids)? (4). What is the strategy to improve the store's image on Fiq Baby (Fashion Kids) in facing business competition between retail businesses?

This study uses a qualitative descriptive research approach and type, and with data collection techniques: observation, interviews, and documentation, as well as data analysis techniques used are data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that: (1) The pricing strategy in Fiq Baby (Fashion Kids) is to set low prices by taking little profits, changing prices at parades whenever there is a price change, holding promotional prices frequently, and communicating prices directly to consumers . (2) The promotion strategy for the pricing strategy for Fiq Baby (Fashion Kids) uses four promotional mixes, namely advertising, publicity, personal selling and sales promotion. (3) The service strategy at Fiq Baby (Fashion Kids) is to be reliable in serving consumers by responding quickly, having a quick response to overcoming consumer complaints, understanding the products being sold, and giving customers a sense of trust by selling honestly. (4) The strategy to improve the store's image on Fiq Baby (Fashion Kids) in facing business competition from three indicators of competition, namely, (a) the price competitiveness strategy is to use a cheap selling price strategy and provide price discounts, (b) marketing competitiveness strategy or promotion is conducting product advertisements, consistent in publicizing products, conducting personal sales or direct sales, and giving rewards to loyal customers and participating in trade shows. (c) the service competitiveness strategy is to provide sincere service with alacrity in helping consumers.

Keywords: Price strategy, promotion strategy, service strategy, business competition.