

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Dan Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Toko Nias Junior Trenggalek” ini ditulis oleh Andrea Nur Suci Risky, NIM 126405203229, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE., M.M

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya toko alat tulis kantor yang berdiri disekitar kawasan persekolahan dan perkantoran yang mengakibatkan adanya persaingan ketat antar pelaku bisnis. Menghadapi persaingan, sebuah perusahaan harus mempunyai strategi bauran pemasaran dan saluran distribusi yang tepat agar mampu meningkatkan keunggulan bersaing dari perusahaan serta menarik minat konsumen.

Fokus penelitian skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan Untuk meningkatkan daya saing di Toko Nias Junior Trenggalek? (2) Bagaimana saluran distribusi yang diterapkan Untuk meningkatkan daya saing di Toko Nias Junior Trenggalek? (3) Bagaimana kendala yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing di Toko Nias Junior Trenggalek? (4) Bagaimana solusi yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing di Toko Nias Junior Trenggalek. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan metode analisis SWOT dengan alat bantu analisis berupa matrik IFAS, matrik EFAS, Matrik SWOT, diagram matrik SWOT dan Matrik QSPM.

Hasil penelitian ini adalah (1) strategi bauran pemasaran yang diterapkan Toko Nias Junior Trenggalek yaitu menggunakan bauran pemasaran 5P. Strategi produk dengan memiliki banyak variasi produk yang ditawarkan disertai dengan kualitas baik dan kemasan yang menarik. Strategi harga dengan menjual produk dengan murah, strategi promosi dengan mengandalkan banner dan *word of mouth*. Strategi tempat dengan menggunakan lokasi yang strategis dekat kawasan persekolahan dan perkantoran. Strategi *people* dengan memberikan pelayanan yang responsif kepada konsumen. (2) Saluran distribusi yang diterapkan Toko Nias Junior Trenggalek dengan menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung, saluran distribusi langsung dengan melayani transaksi konsumen secara tatap muka dan saluran distribusi tidak langsung dengan bekerjasama dengan beberapa perantara untuk menjangkau pasar yang lebih luas. (3) Kendala yang dihadapi Toko Nias Junior Trenggalek adalah persaingan ketat dan belum mampu menggunakan pemasaran online. (4) Solusi yang diterapkan dengan memberikan banyak penawaran kepada konsumen serta meningkatkan strategi yang sudah diterapkan. Berdasarkan perhitungan analisis SWOT dan Matrik QSPM, Toko Nias Junior Trenggalek berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi pertumbuhan dan hasil dari matrik QSPM diketahui strategi prioritas yang diterapkan Toko Nias Junior Trenggalek adalah dengan mengoptimalkan pelayanan pelanggan yang responsif.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Saluran Distribusi, Daya Saing dan Alat Tulis Kantor

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Mix Strategy and Distribution Channels to Increase Competitiveness in the Nias Junior Trenggalek Store was written by Andrea Nur Suci Risky, NIM 126405203229, Department of Sharia Business Management, Supervisor Sri Eka Astutiningsih, SE, MM.

Research in this thesis is motivated by the large number of office stationery shops that exist around school and office areas which results in intense competition between business people. Facing competition, a company must have the right marketing mix strategy and distribution channels to be able to increase the company's competitive advantage and attract consumer interest.

Focus of this thesis research is (1) How is the marketing mix strategy implemented to increase competitiveness at the Nias Junior Trenggalek Store? (2) What distribution channels are implemented to increase competitiveness at the Nias Junior Trenggalek Store? (3) What are the obstacles faced in increasing competitiveness at the Nias Junior Trenggalek Shop? (4) What solutions are being implemented to increase competitiveness at the Nias Junior Trenggalek Shop. This research uses descriptive qualitative research methods with data collection techniques using interviews, observation and documentation. The data sources in this research use primary and secondary data. The data analysis technique uses the SWOT analysis method with analysis tools in the form of IFAS matrices, FFAS matrices, SWOT matrices, SWOT matrix diagrams and QSPM matrices.

Results of this research are (1) the marketing mix strategy implemented by Toko Nias Junior Trenggalek, namely using the 5P marketing mix. Product strategy by having a large variety of products offered accompanied by good quality and attractive packaging. Price strategy by selling products cheaply, promotion strategy by relying on banners and word of mouth. Place strategy by using strategic locations near school and office areas. People strategy by providing responsive service to consumers. (2) The distribution channels implemented by the Nias Junior Trenggalek Store use direct distribution channels and indirect distribution channels, direct distribution channels by serving face-to-face consumer transactions and indirect distribution channels by collaborating with several intermediaries to reach a wider market. (3) The obstacle faced by the Nias Junior Trenggalek Store is tight competition and not being able to use online marketing. (4) Solutions implemented by providing many offers to consumers and improving strategies that have been implemented. Based on SWOT analysis calculations and the QSPM Matrix, the Nias Junior Trenggalek Store is in quadrant I by implementing growth strategies and results from the QSPM matrix. It is known that the priority strategy implemented by the Nias Junior Trenggalek Store is optimizing responsive customer service.

Keywords: Marketing Mix Strategy, Distribution Channels, Competitiveness and Office Stationery.