

ABSTRAK

Analisis Strategi Positioning Toko Basmalah dalam Membangun Keunggulan Bersaing Pada Usaha Ritel (Studi Kasus Toko Basmalah Cabang Kamal Kab. Bangkalan)

Dalam menghadapi persaingan usaha, suatu perusahaan dituntut untuk bekerja keras dalam menciptakan inovasi-inovasi baru pada produk barang maupun jasa yang ditawarkan, tidak hanya itu suatu perusahaan juga harus mampu memiliki identitas dengan cara mendesain citra perusahaan sedemikian rupa sehingga selalu diingat dibenak pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut salah satu strategi pemasaran yang dapat diaplikasikan yakni strategi *positioning*. Aplikasi strategi *positioning* yang baik pada sebuah perusahaan ritel dapat mempermudah usaha tersebut untuk tetap menjaga eksistensinya serta *survive* di tengah ketatnya persaingan usaha. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan secara mendalam, menganalisis dan menemukan strategi *positioning* Toko Basmalah dalam membangun keunggulan bersaing pada usaha ritel.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, bersifat analisis deskriptif. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pihak Toko Basmalah Cabang Kamal Bangkalan meliputi manajer area, kepala toko, karyawan, dan konsumen toko tersebut, serta pengurus kantor pusat Toko Basmalah. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah website Toko Basmalah dan seluruh literature yang pembahasannya relevan dengan penelitian ini untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang ada.

Hasil penelitian ini adalah Toko Basmalah memposisikan diri sebagai toko syariah yang modern dengan menerapkan manajemen syariah dalam setiap kegiatan usahanya, serta selalu menjaga pelayanan terbaik bagi para konsumen, sehingga Toko Basmalah dapat beroperasi sebagaimana toko modern yang lain. Selain itu penulis melihat adanya persamaan perspektif yang dimiliki pihak Toko Basmalah dengan konsumen mengenai keunggulan yang dimiliki oleh Toko Basmalah, berupa sisi harga yang lebih murah pada produk tertentu serta Toko Basmalah yang dikenal sebagai toko santri dengan menerapkan manajemen syariah pada setiap kegiatan usahanya, hal tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan oleh Toko Basmalah telah sampai dibenak konsumen. Pada tahapan selanjutnya ketika sumber keunggulan Toko Basmalah bisa memberikan nilai lebih maka sudah mencapai prestasi dari hasil akhir seperti berupa keputusan konsumen, kepuasan dan loyalitas serta kemampuan mendapatkan laba atau omset yang dihasilkan.

Kata Kunci: Strategi *Positioning*, Keunggulan Bersaing, Ritel.

ABSTRACT

An analysis strategy of positioning basmalah store to building competitive advantage in retail businesses (study case of the basmalah shop in the kamal branch of bangkalan district)

In the face of business competition, a company is required to hard work in creating new innovations in the products and services offered, not only that a company must also able to have an identity by designing a company image in such a way that it is always kept up by customers. To realize this one of the marketing strategies that can be applied is positioning strategy, the application of a good positioning strategy in a retail company can facilitate the business to maintain its existence and survive amid tight business competition, this research was conducted to describe in depth, analyze and find the basmalah store positioning strategy in building competitive advantage in retail businesses.

This research is a type of qualitative research, is descriptive analysis. Primary data sources in this research are the basmalah store, the kamal bangkalan branch includes area managers, supervisor, employees and consumers of the store, as well as the management of the basmalah store headquarters. Secondary data sources in this research are the basmalah store website and the entire literature whose discussion is relevant to this research to strengthen and complement existing information.

The result of this research is the basmalah store positioning itself as a modern sharia shop by implementing sharia management in every business activity, and always maintain the best service for consumers,so the basmalah shop can operate as other modern stores.besides that the writer sees the similiarity of perspective that is owned by the basmalah shop with consumers regarding the advantages possessed by the basmalah store,in the form of cheaper prices on certain products and basmalah stores which are known as santri shops by implementing sharia management in every activity, this shows that the message delivered by the basmalah store has reached the minds of consumers. At the next stage when the source of the basmalah store can provide more value, then it has achieved in the form of consumer decisions, satisfaction and loyalty and the ability to get profit or turnover generated.

Keywords: positioning strategy, competitive advantage, retail.