

Strategi Pemasaran Toko MBS Sport Dalam Menjaga Persaingan Bisnis Sejenis

by Virta Ariyanti

Submission date: 12-Jul-2023 07:22PM (UTC+0800)

Submission ID: 2130067144

File name: 3299-Virta_Ariyanti1,_Edy_Djoko_2,_Moch._Wahyu_Widodo3.docx (77.39K)

Word count: 8108

Character count: 50443

STRATEGI PEMASARAN TOKO MBS SPORT DALAM MENJAGAPERSAINGAN BISNIS SEJENIS

21 Virta Ariyanti¹, Edy Djoko², Moch. Wahyu Widodo³
Universitas Nusantara PGRI Kediri Jl. Kyai H. Ahmad Dahlan No.76, Ngampel, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
virtaariyanti1@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk :01/07/2023

Tanggal Revisi : 10/07/2023

Tanggal Diterima :17/07/2023

34

Abstract

The purpose of this study is to determine the marketing strategy and SWOT analysis of the MBS Sport store marketing strategy in maintaining similar business competition. Data analysis in this study used inductive data analysis, which is an analysis process that departs from specific facts and then general generalizations are drawn. The results of the implementation of the marketing strategy implemented by the MBS Sport store in maintaining similar business competition with product strategies, price strategies, place strategies, promotion strategies, human resource strategies, process strategies, physical evidence strategies that have been effective and efficient. While the results of the strengths of the MBS Sport store include a strategic location, refundability, new products, delivery of goods, jersey printing services, low prices, and good product quality. The disadvantages are limited capital, lack of manpower, narrow parking area, cash transactions, and less spacious room. The opportunity is the location in the middle of the city, the development of sports, and public awareness of the importance of sports. And the threat is the presence of aggressive new competitors, online shops, and growing old competitors.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran dan analisis SWOT strategi pemasaran toko MBS Sport dalam menjaga persaingan bisnis sejenis. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis data induktif yaitu proses menganalisa yang berangkat dari fakta-fakta khusus kemudian ditarik generalisasi yang bersifat umum. Hasil pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan toko MBS Sport dalam menjaga persaingan bisnis sejenis dengan strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi proses, strategi bukti fisik yang sudah efektif dan efisien. Sedangkan hasil kekuatan dari toko MBS Sport meliputi lokasi yang strategis, bisa refund, produk baru, antar barang, jasa jersey printing, harga murah, dan kualitas produk bagus. Kelemahannya modal terbatas, kekurangan tenaga, lahan parkir sempit, transaksi tunai, dan ruangan kurang luas. Peluangnya lokasi tengah kota, perkembangan cabang olahraga, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga. Dan ancaman adalah adanya pesaing baru yang agresif, online shop, dan pesaing lama yang semakin berkembang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan sebuah aspek dalam perdagangan yang penting dalam suatu usaha. Pemasaran merupakan manajerial aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dimana kegiatannya bukan hanya menjual barang atau jasa yang memiliki nilai akan tetapi juga mencakup kegiatan, menyampaikan, menciptakan, menawarkan serta mempertukarkan produk atau jasa dari produsen sampai ke konsumen [1]. Strategi pemasaran merupakan sebuah ilmu pemasaran yang memiliki fungsi untuk menciptakan hubungan baik pelaku usaha dengan pelanggan, serta menunjang pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan [2]. Strategi pemasaran mempunyai peran penting dalam kegiatan pemasaran pelaku usaha. Semakin efisien strategi pemasaran yang dilakukan maka dapat berdampak efektif dan positif untuk kesuksesan yang akan dicapai para pelaku tersebut. Strategi bauran pemasaran yang terdiri atas *product*, *price*, *place* dan *promotion* yang diterapkan dalam sebuah usaha dapat membantu ketepatan sasaran yang diinginkan, karena indikator dalam strategi bauran pemasaran ini saling melengkapi, berhubungan dan mendukung peran dalam memasarkan sebuah produk [3].

Persaingan pelaku usaha yang semakin ketat dapat dihadapi dengan mudah oleh para pelaku usaha dengan mengetahui dan menentukan target pasar yang dipilih dalam menawarkan produknya. Hal ini berguna untuk membantu pelaku usaha memenangkan persaingan pasar global dan mencapai kesuksesan yang diinginkan. Pelaku usaha perlu menentukan target pasar di awal karena dengan adanya target pasar tersebut, pelaku usaha dapat melakukan identifikasi tertentu untuk mengetahui profil masing-masing konsumen yang sesuai dengan sasaran dan kriteria yang dicari oleh pelaku usaha [4]. Dalam penelitian ini target pasar yang dipilih untuk diteliti lebih lanjut yaitu adalah bidang olahraga. Olahraga merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang berkaitan dengan gerakan otot yang energik. Olahraga yang dilakukan oleh seseorang mempunyai tujuan yang berbeda-beda. Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan sebesar 69,7% penduduk Indonesia memilih olahraga guna menjaga kesehatan, sebesar 6,8% penduduk Indonesia memilih olahraga untuk menempuh prestasi, sebesar 2,9% penduduk Indonesia memilih olahraga untuk berekreasi dan sebesar 20,7% penduduk Indonesia memilih olahraga untuk tujuan lainnya [5].

Salah satu toko olahraga yang akan digunakan sebagai objek penelitian ini yaitu toko MBS Sport. Dalam proses penerapan strategi pemasaran Toko MBS Sport memiliki beberapa kendala yang dihadapi yaitu banyaknya pesaing dengan usaha sejenis. Meskipun memiliki pesaing bisnis yang banyak namun prospek penjualan Toko MBS Sport dapat dikatakan berhasil dan sukses dalam memasarkan produknya. Dan omzet penjualan pada usaha Toko MBS Sport 2021 bersifat fluktuatif cenderung menurun, hal ini dikarenakan produk yang dijual di Toko MBS Sport memiliki kesamaan dengan produk pesaing lainnya. Selain itu, pada tahun 2021 pandemi Covid - 19 sudah mulai berkurang akan tetapi masih ada kebijakan dari pemerintah dengan berlakunya sistem Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) kondisi ini juga menyebabkan penurunan penjualan karena masih menurunnya jumlah wisatawan, meskipun begitu usaha ini belum mengalami kerugian yang sangat krusial meskipun terjadi penurunan omzet penjualan. Melihat hal tersebut maka Toko MBS Sport memerlukan upaya serta strategi yang tepat agar dapat mampu mempertahankan usahanya dan menghadapi persaingan dengan usaha persaingan bisnis yang sejenis.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Timbuleng & Lintong, dimana dalam menghadapi persaingan usaha sejenis dengan menggunakan strategi bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* yang memiliki tempat/lokasi yaitu akses yang mudah dilalui atau mudah dijangkau, visibilitas, tempat parkir yang luas dan aman, Ekspansi dapat meningkatkan ketertarikan pelanggan untuk datang di Friska Beauty Studio [6]. Penelitian Permadi dan Wijono, dimana dalam menghadapi persaingan usaha sejenis menggunakan analisis SWOT yang memiliki kekuatan yaitu coach yang mempunyai lisensi dan kemampuan yang andal, manajemen yang dilakukan sesuai dengan fungsi dan sasaran yang diinginkan, mempunyai generasi atlet yang tinggi prestasi. Kelemahan yang dimiliki yaitu sumber dana yang sedikit dan kurang lengkapnya alat sarana dan prasarana yang dimiliki. Peluang yang dimiliki yaitu kemungkinan untuk dapat memperoleh sumber dana tambahan dengan melakukan kerjasama dengan berbagai macam lembaga, instansi. Ancaman yang dirasakan yaitu dengan berkembangnya zaman akan membuat semakin ketatnya persaingan yang bermunculan, bertambah tingginya kualitas yang dimiliki pesaing, sehingga hal ini dapat memecahkan fokus para atlet dan pelatih [7].

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Pemasaran Toko MBS Sport Dalam Menjaga Persaingan Bisnis Sejenis".

METODE

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif merupakan sebuah teknik yang dapat digunakan untuk menelaah sebuah obyek, sistem pikiran, sebuah keadaan, kelompok kejadian zaman sekarang, status sekelompok antar sesama manusia, dan mempunyai tujuan yang berguna untuk mendeskripsikan, menggambarkan, melukiskan dengan akurat, factual, sistematis antar korelasi fenomena yang diselidiki [8]. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang memiliki arti untuk mengetahui kondisi atas kejadian yang telah dilalui subjek penelitian seperti faktor motivasi, faktor perilaku, faktor persepsi, faktor tingkah laku dengan holistic, dan mendeskripsikan dengan berbentuk bahasa, kata, kalimat yang bersifat khusus dengan melakukan pemanfaatan menggunakan teknik yang alami [9]. Tujuan dari menggunakan jenis penelitian ini merupakan jenis yang menggambarkan strategi pemasaran Toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dengan mendeskripsikan dengan menggunakan kata, kalimat dan menggunakan bahasa yang sistematis.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer menggunakan data penelitian yang bersumber atau berasal dari narasumber secara langsung tidak

menggunakan perantara siapapun. Dalam penelitian data primer bisa terdiri atas orang individu atau sekelompok orang yang memberikan informasi tertentu dengan cara melakukan observasi. Data primer dapat diperoleh yaitu dengan cara melakukan observasi secara langsung dan melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan. Data sekunder adalah data penelitian yang bersumber atau berasal dari narasumber secara tidak langsung dan melewati perantara pihak lain. Dalam penelitian data sekunder bisa terdiri atas sebuah laporan atau catatan yang digunakan sebagai bukti secara historis yang kemudian disusun dengan rapi dan dibentuk seperti arsip data [10]. Pada toko MBS Sport wawancara dilakukan dengan pemilik, karyawan dan pelanggan toko MBS Sport dan kegiatan observasi yang kemudian akan diolah oleh peneliti, sedangkan data sekunder berupa, profil perusahaan, struktur organisasi, tugas pokok organisasi, dan lain-lain. Teknik penentuan sampel atau informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu [11]. Maksud dari informan disini merupakan seorang narasumber yang memiliki hubungan atau korelasi secara langsung dan dipercaya karena memiliki kemampuan dan pengetahuan serta paham dengan topik masalah mengenai penerapan strategi pemasaran pada toko MBS Sport seperti pemilik, karyawan dan pelanggan toko MBS Sport.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Metode observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan oleh toko MBS Sport yang terletak di Jl. Sumber I No.33, Ngronggo, Kec. Kota, Kota Kediri. Wawancara dilakukan langsung di lokasi penelitian dengan memanfaatkan informasi dari pemilik toko MBS Sport. Dokumentasi pada toko MBS Sport yaitu dengan cara melihat literatur serta foto-foto dokumentasi yang sesuai dengan topik dalam penelitian ini. Alat yang digunakan dalam pengambilan dokumentasi pada penelitian ini yakni perekam dan kamera.

Analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis data induktif yang merupakan sebuah proses analisis yang didasari oleh sebuah fakta yang secara khusus lalu dijabarkan atau digeneralisasikan secara umum, seperti mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan [10]. Melakukan reduksi data yaitu dengan memulai merangkum atau meringkas suatu permasalahan, memilih topik pokok utama, kemudian memfokuskan kepada bagian-bagian penting dalam permasalahan tersebut, lalu mencari pola yang sesuai dengan tema yang diinginkan. Selama melakukan reduksi data, peneliti akan memperoleh data yang berjumlah banyak selama periode penelitian dimulai, oleh karena itu peneliti harus mencatat segala informasi yang diperoleh dengan detail, rinci dan teliti. Sajian data adalah sebuah proses yang dilakukan untuk Menyusun informasi yang diperoleh peneliti selama penelitian yang berguna untuk mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penemuan yang sistematis. Penyajian data penelitian dapat disajikan dengan menggunakan kata perkata, kalimat perkalimat yang mempunyai korelasi dengan topik atau fokus dari penelitian. Kemudian dengan terciptanya sajian data atas seluruh informasi yang diperoleh peneliti dan disusun dengan rapi dan sistematis, lalu peneliti dapat menarik suatu kesimpulan di akhir. Menarik sebuah kesimpulan adalah sebuah perilaku untuk memberikan tafsiran atas hasil penelitian yang sudah dilakukan guna sebagai bahan evaluasi. Kegiatan penarikan kesimpulan dapat meliputi sebuah makna atas data yang sebelumnya telah diolah kemudian dideskripsikan dan diberi penjelasan. Dan pada penelitian yang bersifat kualitatif, proses melakukan verifikasi data yaitu dengan melakukan secara berkala selama waktu penelitian dilakukan, serta proses verifikasi ini adalah suatu validitas atau kelayakan data hasil penelitian yang akan ditarik kesimpulan.

11 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara dengan pemilik, karyawan, pelanggan, dan pesaing toko MBS Sport. Disini peneliti akan memberikan pertanyaan mengenai faktor-faktor strategi pemasaran yang diterapkan dan berkaitan dengan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik serta mengetahui kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang dirasakan dalam menghadapi persaingan usaha. Hasil wawancara dengan pemilik, karyawan, pelanggan, dan pesaing toko MBS Sport dapat dijabarkan sebagai berikut.

Strategi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi produk dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Dari segi produk yang kami lakukan untuk menghadapi persaingan yaitu kami fokus ke toko kami sendiri untuk memperbaiki toko kami. Produk yang kami jual lebih bervariasi dari toko lainnya dan menjual berbagai brand merk perlengkapan olahraga dengan target pasar menengah kebawah. Dan biasanya pembeli itu kan

kalau harus pindah-pindah toko untuk membeli barang itu malas, jadi kami selalu mencatat kebutuhan setiap pembeli yang dibutuhkan dan belum kami jual. Untuk melengkapi produk supaya lebih unggul dari yang lain. Kami juga selalu menjaga persediaan masing-masing varian produk dan menjaga kualitas produk karena produk-produk yang kami jual semuanya baru”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi produk dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Produk yang kami jual lumayan banyak variasinya jika dibandingkan dengan toko-toko sebelah. Produk yang kami jual itu ada sepatu olahraga, berbagai jenis bola dan aksesoris olahraga seperti sarung tangan, kaos kaki, senar, penahan lutut dan siku, serta kaos olahraga. Dan hanya toko ini saja yang membuka jasa *jersey printing* di sekitar lingkungan disini.”

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi produk dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Saya sering beli di toko MBS Sport, karena anak saya ikut ekstra olahraga di sekolah. Setiap produk yang sudah saya beli juga kualitasnya bagus karena selama ini aman-aman saja dan belum ada yang rusak. Dan kalau saya lihat sekilas itu kelihatannya produk yang dijual di toko MBS Sport lebih banyak jenisnya daripada toko lainnya”.

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi produk dilakukan wawancara dengan persaingan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Produk-produk yang saya jual ya selayaknya keperluan yang dibutuhkan orang untuk berolahraga. Ada sepatu, bola, baju, sarung tangan, dan lain-lain. Kalau masalah stok produk mungkin yang saya jual tidak selalu lengkap. Karena kalau habis saya baru restock satu minggu kemudian karena supplier saya jauh, jadi untuk menghemat waktu saya hanya bisa mengambil barangnya satu kali”.

Strategi Harga Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi harga dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Penentuan harga yang kami lakukan dengan mengambil laba minimal yang penting barang cepat habis terjual, harga produk tergantung harga beli dari pemasok. Untuk harga eceran kami mengambil keuntungan sekitar delapan sampai sepuluh persen itupun dikurangi untuk biaya lain-lain. Sedangkan untuk harga grosir kami mengambil keuntungan sekitar tiga persen. Selain itu kami tidak memberikan diskon tetapi menerapkan sistem partai besar. Jika pelanggan menginginkan diskon maka harus membeli kelipatannya”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi harga dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Kalau untuk harga setahu saya toko kami jauh lebih murah dibandingkan dengan toko-toko lain. Karena atasan saya memang mengambil keuntungan sangat sedikit. Tapi beberapa barang juga ada yang harganya sebanding dengan harga pada umumnya atau sama dengan toko lain. Tapi hampir keseluruhan barang yang kami jual ya harganya miring”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi harga dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Menurut saya produk-produk yang dijual toko MBS Sport tergolong terjangkau dengan kualitas barang yang bagus, jadi ya untuk harga segitu saya rasa pas”.

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi harga dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Harga yang saya jual mungkin kurang lebih sama ya seperti toko-toko lainnya. Tapi kalau masalah mengambil keuntungan, saya memang mengambil keuntungan dengan jumlah yang lebih karena ya itu tadi supplier nya jauh. Jadi ya keuntungan itu saya buat untuk menutupi biaya operasional yang saya keluarkan”.

Strategi Tempat/Lokasi Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi tempat/lokasi dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Awal pemilihan lokasi itu dengan mengamati, menganalisis peluang dan kebutuhan konsumen. Setelah kami amati peluang, kebutuhan masyarakat dan pesaing kami menentukan letak lokasi mana yang strategis di sekitar Kota Kediri. Kemudian, kami memutuskan untuk membuka toko MBS Sport yang saat itu masih ada

satu toko yang berjualan toko perlengkapan olahraga juga. Tapi ya kami menganggap pesaing itu sebagai mitra kerja kami untuk sama-sama mencari rezeki."

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi tempat/lokasi dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalo untuk lokasi, dari awal sudah ditentukan sama atasan saya ya. Tapi saya yakin sebelum memilih lokasi, atasan saya pasti sudah melakukan pengamatan terlebih dulu. Dan kalau saya liat selama ini, lokasi toko MBS Sport ini sangat strategis karena berada di tengah Kota Kediri, jadi konsumen dapat menjangkaunya dengan mudah".

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi tempat/lokasi dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Lokasinya toko MBS Sport dekat dengan rumah saya dan sekolah anak saya. Jadi saya sering untuk datang kesini karena memang butuh untuk beli perlengkapan olahraga anak saya".

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi tempat/lokasi dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Strategi dalam menentukan lokasi ini kayaknya tidak ada ya, karena pada awalnya lahan atau rumah ini milik orang tua saya yang kemudian dikembangkan sebagai usaha bisnis. Dan melihat rumah orang tua saya yang memiliki ruangan depan yang luas dan memiliki lahan parkir yang lebar, makanya saya beranian diri untuk membuka usaha ini. Sedangkan kalo letak lokasi toko ini menurut saya sangat strategis karena dekat dengan jalan raya dan pusat kota."

Strategi Promosi Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi promosi dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Promosi yang kami lakukan melalui sosial media berupa whatsapp, facebook, dan instagram. Kami juga memasang banner di depan toko agar produk yang kami jual dan lokasi kami mudah dilihat oleh pembeli. Dan biasanya jika ada kegiatan yang melibatkan masyarakat umum seperti jalan santai kami juga membagikan brosur mengenai produk-produk kami".

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi promosi dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Untuk segi promosi offline yang kami lakukan pertama dari mulut ke mulut, mulai dari menyapa pelanggan secara langsung untuk menjaga komunikasi dan hubungan dengan pelanggan serta memberitahukan waktu buka dan tutup toko dengan sesuai jadwal supaya pembeli saat datang itu tidak salah datang. Dan promosi online yang kami lakukan yaitu lewat sosial media seperti facebook dan instagram untuk mempromosikan produk-produk kami".

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi promosi dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Saya kurang tau ya kalo promosi yang sudah dilakukan toko MBS Sport, karena saya sendiri tau toko ini ya karena memang dekat dengan rumah dan sekolah anak saya. Tapi mungkin yang saya sayangkan hanya toko MBS Sport tidak memberikan harga promo dan potongan harga sama sekali, padahal saya sering membeli produk disini".

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi promosi dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau promosi yang saya lakukan biasanya lewat teman ya, jadi sistemnya seperti mulut ke mulut gitu. Karena alhamdulillah relasi saya juga lumayan banyak. Saya juga menjual produk saya di aplikasi shopee agar lebih dikenal orang dari berbagai daerah. Dan selain itu kadang saya juga memposting produk-produk yang saya jual di facebook jika waktu sedang senggang".

Strategi Orang Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi orang/sumber daya manusia dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Dalam mencari sumber daya atau karyawan pastinya saya mencari orang yang benar-benar mencari kerjaan, rajin dan kemudian bisa mengikuti peraturan apa yang sudah di tetapkan di toko, disiplin dengan waktu, kalau orang Islam saatnya shalat ya shalat, kalau non-muslim, saatnya ibadah ya ibadah, asal ada

bicara kalau mau keluar dan jangan tanpa pesan, mau menerima teguran dari pimpinan, siap kerja dengan dibawah tekanan toko”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi orang/sumber daya manusia dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Dalam bekerja memang diberikan beberapa macam peraturan oleh atasan. Jadi ya saya disini sebagai karyawan harus menaatinya. Dan kalau dalam hal pelayanan saya selalu melayani pembeli dengan sopan dan ramah. Karena menjalin hubungan dengan pembeli itu sangat penting untuk menambah citra toko MBS Sport. Jadi sebisa mungkin saya memberikan pelayanan yang terbaik dan membantu segala keperluan yang dibutuhkan oleh pembeli”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi orang/sumber daya manusia dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Selama saya datang dan beli barang di toko MBS Sport sih karyawannya ramah-ramah ya. Produk yang saya butuhkan juga disiapkan dengan cepat dan baik. Jadi ya karyawannya toko MBS Sport sangat membantu konsumen”.

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi orang/sumber daya manusia dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Kalau untuk karyawan saya tidak punya ya, jadi toko ini saya operasikan dengan keluarga saya sendiri. Lalu untuk jam operasional buka dan tutup toko tidak tetap atau berubah-ubah, karena yang jaga toko kangantian. Dan kadang kalau semua keluarga ada acara di luar, toko akan saya tutup karena bisnis usaha ini bisa dikatakan bisnis sampingan jadi bukan sumber penghasilan utama saya”.

Strategi Proses Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi proses dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Kalau untuk mekanisme proses pembelian barang, saya ambil barang dari beberapa supplier untuk produk sepatu olahraga, berbagai jenis bola, aksesoris olahraga seperti sarung tangan, kaos kaki, senar, penahan lutut dan siku, kaos olahraga. Tapi di toko saya juga menerima jasa jersey printing, jadi tidak hanya berpacu pada kaos olahraga yang di display saja tapi disini konsumen bisa pesan kaos olahraga bebas sesuai dengan model atau desain yang diinginkan. Sedangkan untuk transaksinya pembayaran pembelian secara offline saya hanya menerima uang tunai saja, sedangkan untuk pembelian secara online bisa dilakukan secara transfer karena barang perlu untuk di proses kirim”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi proses dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Proses dalam pembuatan jersey printing tidak membutuhkan waktu yang lama karena memang atasan saya sendiri yang membuatnya. Kalau untuk proses transaksi pembayarannya disini belum menerima pembayaran non tunai, jadi hanya menerima uang cash. Dan kami juga menerima pengiriman pesan antarbarang dan cod, karena kami ingin membantu juga memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian barang di tempat kami”.

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi proses dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Anak saya dulu pernah pesan kaos untuk tim futsal sekolahnya. Kata anak saya kaos futsalnya sesuai dengan desain yang diminta dan jadinya sangat cepat. Tetapi beberapa kaos katanya ada yang kurang rapi jahitannya. Tapi overall oke dan bahannya juga nyaman”.

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi proses dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

“Kalau ngomongin masalah proses barang yang saya jual itu, mulai dari saya mengambil barang dari berbagai supplier dalam satu minggu satu kali karena tempatnya jauh dari sini. Kalau ngomongin proses transaksi pembelian di toko ya biasanya orang-orang membeli secara langsung kesini dan membayar secara tunai bisa juga menggunakan e-wallet. Dan kalau ada yang beli lewat online maka barang akan saya kirim melalui ekspedisi dan pembayaran dapat di transfer”.

Strategi Bukti Fisik Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi bukti fisik dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau peralatan untuk mendukung kegiatan toko ya biasanya seperti rak-rak untuk display dan menaruh barang yang dijual, komputer untuk melihat data barang, lampu yang terang, motor untuk pengantaran pesanan. Dan menyiapkan kantung plastik ukuran kecil, sedang dan besar yang ada logo toko MBS Sport untuk diberikan pada konsumen setelah melakukan pembelian produk."

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi bukti fisik dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Untuk display produk disini sudah menggunakan banyak rak dan gantungan baju. Jadi ketika pembeli datang, produk bisa langsung terlihat oleh pembeli karena sudah ditata dengan rapi. Dan setelah melakukan pembelian, pembeli akan diberi kantung plastik untuk sebagai wadah produk yang sudah dibeli. Jadi akan memudahkan pembeli dalam membawanya di perjalanan."

Untuk mengetahui persaingan usaha dari segi bukti fisik dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Waktu saya datang ke toko, semua produknya sudah tertata rapi dan penataannya sesuai dengan variannya masing-masing. Dan disana tidak ada tas belanjaan, jadi ketika saya ingin beli sebuah produk ya langsung dibawakan oleh karyawan dan ditaruh di meja kasir gitu."

Untuk mengetahui perbandingan usaha dari segi bukti fisik dilakukan wawancara dengan pesaing toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Untuk menaruh produk-produk yang saya jual saya menggunakan berbagai macam bentuk rak, karena menyesuaikan masing-masing produknya. Dan untuk mencatat semua data produk, saya menggunakan sistem manual yaitu dengan menulisnya dalam buku rekapan khusus penjualan toko. Saya juga memberikan penerangan lampu yang cenderung lebih terang karena untuk menarik perhatian pembeli dan agar bannertoko terlihat dari kejauhan. Lalu untuk wadah produk yang sudah terbeli akan saya bungkus menggunakan plastik yang tertera logo kami."

Kekuatan Yang Dimiliki Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Sebenarnya kalau soal kekuatan itu sama saja dengan toko-toko lain. Yang pasti ya lokasinya strategis soalnya dekat jalan besar, ada hak mengembalikan barang apabila ada kerusakan asal kemasannya belum rusak, kemudian barang yang dijual adalah barang baru, kemudian kalau ada yang beli banyak tapi tidak bisa membawa pulang bisa di antar untuk upah seikhlasnya. Oh ya, dan karena saya membuka jasa jersey printing ini bisa menjadi kekuatan toko ini karena tidak ada pesaing yang disekitar sini membuka jasa tersebut".

Untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau kekuatan ya pastinya karena toko MBS Sport membuka jasa jersey printing, jadi disini pembeli bisa pesan kaos olahraga dengan desain bebas sesuai keinginan. Dan di toko lain yang didaerah sini belum ada yang membuka jasa jersey printing. Lalu lokasi toko MBS Sport juga strategis, dekat dengan kampus, sekolah dan kantor-kantor juga. Ada jasa pengiriman juga kalau pembeli membeli dalam jumlah yang besar. Dan setuju saya juga harga produk yang dijual disini lebih murah dibandingkan lainnya".

Untuk mengetahui kekuatan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Menurut saya yang membuat toko MBS Sport dapat menarik minat konsumen karena lokasinya sangat strategis ya, jadi orang-orang dapat menjangkau lokasinya dengan mudah karena dekat dengan jalan raya. Termasuk saya datang kesini karena memang dekat dengan rumah saya. Kualitas bagus harga juga murah".

Kelemahan Yang Dimiliki Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau kelemahannya ya yang pertama soal modal yang terbatas karena memang keuntungan yang saya ambil tidak banyak, lalu tenaga yang mengurus toko ini juga masih kurang karena untuk jasa jersey printing saya sendiri yang mengerjakan".

Untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Menurut saya ruangnya kurang luas ya karena barangnya yang di stock oleh atasan juga semakin banyak, lahan parkir juga terlalu sempit jadi jika konsumen datang dengan membawa mobil pasti diparkir di seberang jalan, dan karena disini belum menerima pembayaran non tunai jadi konsumen setiap datang harus menyiapkan uang tunai dulu".

Untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Lahan parkir toko MBS Sport tidak muat motor banyak, karena saya pernah datang kesini waktu ramadan akhirnya motor saya taruh di depan gerai sebelah. Dan sayangnya pembayarannya harus tunai, padahal sekarang sudah ada e-wallet jadi kalau kesini ya harus ambil uang dulu".

1 Peluang Yang Dirasakan Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui peluang yang dirasakan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau peluangnya yang pasti kalau menurut saya ya lokasinya tengah kota terus dekat dengan sekolahan, kampus dan kantor pegawai swasta yang sering datang dan langganan untuk membeli perlengkapan. Hal ini merupakan peluang bagi saya karena banyak kegiatan olahraga yang dilakukan di sekitar lingkungan ini, jadi pasti yang membutuhkan perlengkapan olahraga juga semakin banyak".

Untuk mengetahui peluang yang dirasakan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Setau saya cabang olahraga di Kota Kediri kan semakin berkembang ya, dan semakin banyak orang-orang yang menyadari pentingnya olahraga bagi kesehatan, sehingga banyak orang yang mulai berolahraga secara rutin dan bahkan sampai ada pertandingan tumamen juga. Jadi ini bisa menjadi peluang untuk keberhasilan toko MBS Sport".

2 Ancaman Yang Dirasakan Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Untuk mengetahui ancaman yang dirasakan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan pemilik toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Kalau ancaman ya para pesaing yang baru memiliki sifat yang agresif. Maksudnya karena mereka punya modal yang besar jadi biasanya memberikan diskon besar, memiliki ruangan display yang luas dan nyaman, varian perlengkapan olahraga juga banyak varian dan menjual brand-brand terbaru untuk menarik minat konsumen, contohnya seperti di mall. Kemudian dengan adanya online shop yang juga menjual peralatan dan perlengkapan olahraga sangat mengancam toko offline seperti saya dan karena trend pembelian saat ini mengarah pada online, contohnya seperti shopee, tokopedia, tiktok".

Untuk mengetahui ancaman yang dirasakan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha dilakukan wawancara dengan karyawan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa:

"Ancaman toko MBS Sport sih banyak ya, karena toko penjual yang lama berlomba-lomba untuk memperbaiki diri dengan berkembang mengikuti jaman jadi ya alat dan perlengkapan olahraga juga semakin banyak dan lengkap di berbagai daerah. Dan adanya penjual online juga menjadi ancaman besar bagi toko MBS Sport. Tapi kami tidak boleh pesimis dalam berjualan. Jadi harus tetap semangat dan berusaha melakukan yang terbaik".

3 Elemen SWOT

Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik dan karyawan toko MBS Sport didapatkan faktor internal yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal perusahaan serta faktor eksternal perusahaan terdiri dari semua keadaan dan kekuatan yang mempengaruhi pilihan (opsi) strateginya dan menentukan situasi pesaingnya. Analisis faktor internal mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan. Sedangkan analisis faktor eksternal mengidentifikasi peluang dan ancaman yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan di masa yang akan datang yang sudah dirangkum dan dapat dilihat dalam tabel berikut.

3 Tabel 1. Variabel SWOT Toko MBS Sport

No	Elemen	Keterangan
1	Kekuatan	Lokasi strategis Bisa refund jika ada cacat produk menjual 100% produk baru

		Menerima pengantaran barang Terdapat jasa jersey printing Harga murah Kualitas produk bagus
2	Kelemahan	Modal terbatas Kekurangan tenaga Lahan parkir sempit Transaksi pembayaran hanya tunai Ruangan kurang luas
3	Peluang	Lokasi tengah kota dekat dengan lingkungan sekolah Perkembangan cabang olahraga Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga
4	Ancaman	Pesaing baru yang agresif Online shop Pesaing lama yang semakin berkembang

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Strategi Pemasaran Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi produk yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dengan fokus memperbaiki toko sendiri, selalu melakukan evaluasi toko setiap saat, mengoreksi apa yang harus dilakukan kedepannya dan tidak mencaci antar sesama toko. Dan selalu mencatat kebutuhan setiap pembeli, melengkapi produk supaya lebih unggul dari yang lain, juga selalu menjaga persediaan masing-masing varian produk dan menjaga kualitas produk karena produk-produk yang dijual semuanya baru. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa setiap produk yang dibeli memiliki kualitas yang bagus, aman dan belum ada yang rusak. Dan produk yang dijual di toko MBS Sport lebih banyak jenisnya daripada toko lainnya.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dibawa ke pasar untuk menarik perhatian atau untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan kualitas adalah keadaan yang terus berubah, dimana apa yang dianggap berkualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas di masa depan. Kualitas produk merupakan kualitas yang melibatkan upaya untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas meliputi produk, jasa, orang, proses dan lingkungan. Dan kualitas suatu produk biasanya merupakan hal yang paling penting bagi suatu produk karena berkaitan dengan fitur kegunaannya. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas tertinggi, kinerja, dan pelengkap inovatif terbaik.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitriyani (2022), dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis adalah dengan memberikan produk yang berkualitas [1].

Harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi harga yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dengan mengambil laba minimal yang penting barang cepat habis terjual, harga produk tergantung harga beli dari pemasok, untuk harga eceran mengambil keuntungan sekitar delapan sampai sepuluh persen, untuk harga grosir kami mengambil keuntungan sekitar tiga persen, tidak memberikan diskon tetapi menerapkan sistem partai besar, dan jika pelanggan menginginkan diskon maka harus membeli kelipatannya. Toko MBS Sport selalu memberikan harga lebih rendah atau sebanding dengan harga pada umumnya. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa produk yang dijual di toko MBS Sport tergolong terjangkau dan sesuai dengan kualitas barangnya.

Harga adalah jumlah yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang dan jasa tertentu. Harga juga dapat diartikan sebagai apa yang harus dibayar pembeli untuk menerima produk. Penetapan harga sebagai

elemen bauran pemasaran dan rencana pemasaran menentukan posisi suatu produk di pasar dan keuntungan yang dapat dihasilkannya. Mencapai dan menghasilkan keuntungan adalah tujuan penetapan harga, dan penentuan posisi produk berbasis kualitas sangat dipengaruhi oleh penetapan harga.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mirawati et al., (2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Toko Roti Gembul Di Pontianak". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis adalah dengan memberikan harga yang terjangkau [12].

Tempat

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi tempat yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dengan melakukan pengamatan, analisis peluang dan kebutuhan konsumen. Setelah itu menentukan letak lokasi yang strategis yaitu di tengah Kota Kediri. Karena dengan memilih lokasi yang strategis dapat membantu konsumen menjangkau lokasi dengan mudah. Dan juga toko MBS Sport menganggap para pesaing itu sebagai mitra kerja saja. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa lokasi toko MBS Sport dekat dengan rumah pelanggan dan sekolah anak pelanggan. Jadi pelanggan sering untuk datang ke toko MBS Sport untuk membeli perlengkapan olahraga anak pelanggan.

Lokasi berarti suatu perusahaan harus mendirikan dan menjalankan usaha di kantor pusatnya. Place adalah keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk berkunjung dan membeli. Lokasi juga dikenal sebagai keputusan perusahaan tentang operasinya dan lokasi karyawannya.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Timbuleng & Lintang (2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis adalah dengan memberikan akses yang mudah dilalui atau mudah dijangkau [6].

Promosi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi promosi yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dengan melalui sosial media berupa whatsapp, facebook, dan instagram, memasang banner agar produk yang dijual dan lokasi mudah dilihat oleh pembeli, dan biasanya jika ada kegiatan yang melibatkan masyarakat umum seperti jalan santai toko MBS Sport ikut memberikan hadiah berupa voucher pembelian. Toko MBS Sport juga menentukan waktu buka dan tutup yang sesuai jadwal supaya pembeli hafal jam buka dan tutup toko MBS Sport, dan tidak lupa untuk membangun komunikasi dengan selalu menyapa pelanggan secara langsung untuk menjaga komunikasi dan hubungan dengan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa lokasi toko MBS Sport dekat dengan rumah pelanggan dan sekolah anak pelanggan. Jadi pelanggan sering untuk datang ke toko MBS Sport untuk membeli perlengkapan olahraga anak pelanggan.

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk memobilisasi individu atau organisasi untuk mitra yang menciptakan pertukaran pemasaran. Promosi merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang paling penting bagi perusahaan yang memasarkan produk dan jasanya. Tidak peduli seberapa bagus suatu produk, mereka tidak akan pernah membelinya kecuali konsumen telah mendengarnya dan yakin bahwa itu tidak akan berguna bagi mereka.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardah & Harti (2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Kriwil Coffee". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis yaitu efektif dalam mempromosikan produknya [13].

Orang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi orang atau sumber daya manusia yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dengan mencari sumber daya atau karyawan yang benar-benar mencari kerja, rajin dan kemudian bisa mengikuti peraturan apa yang sudah ditetapkan, disiplin dengan waktu, rajib beribadah, aktif berkomunikasi dan siap kerja

dengan dibawah tekanan. Dan memberikan pelayanan dengan sopan dan ramah serta memberikan pelayanan yang terbaik dan membantu segala keperluan yang dibutuhkan oleh pembeli. Karena menjalin hubungan dengan pembeli itu sangat penting untuk menambah citra toko MBS Sport. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa karyawan toko MBS Sport ramah dan sangat membantu konsumen karena sudah menyiapkan produk yang dibutuhkan dengan cepat.

People yaitu seperti semua aktor, mereka yang berperan dalam penyediaan layanan dan mempengaruhi persepsi pembeli. Ada bukti yang jelas bahwa karyawan yang puas mengarah pada kepuasan pelanggan (kepuasan pelanggan mengarah pada kepuasan kerja). *People* adalah salah satu bauran pemasaran yang penting karena melibatkan interaksi antara konsumen dan staf yang ada di tempat usaha dan interaksi ini memiliki dampak signifikan pada persepsi konsumen tentang kualitas layanan. Pelaku usaha mengklaim dengan terus meningkatkan produk dan layanan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka, tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di semua lini produk dan layanan.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haryanto (2018), dalam penelitiannya yang berjudul "Strategi Pemasaran Baju Olahraga Pada Toko Maraton Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis yaitu dengan memberikan pelayanan dengan optimal [14].

Proses

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi proses yang dilakukan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dalam proses pembelian barang mengambil barang dari beberapa supplier untuk produk sepatu olahraga, berbagai jenis bola, aksesoris olahraga seperti sarung tangan, kaos kaki, senar, penahan lutut dan siku, kaos olahraga. Dan untuk proses jersey printing tidak membutuhkan waktu yang lama. Kemudian untuk transaksi pembayaran masih menggunakan uang tunai. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa jasa jersey printing untuk membuat kaos untuk tim futsal sesuai dengan desain yang diminta dan jadinya sangat cepat, serta bahannya juga nyaman

Proses adalah semua prosedur, mekanisme, dan alur kerja aktual yang digunakan untuk menyediakan layanan. Unsur proses ini berkaitan dengan upaya perusahaan untuk melakukan dan menjalankan aktivitasnya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Proses sebagai hubungan interaktif antara pemberi pelayanan dan konsumen. Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardah & Harti (2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Kriwul Coffee". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis yaitu dengan mengembangkan kualitas produknya agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya [13].

Bukti Fisik

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan toko MBS Sport, penerapan strategi bukti fisik yang diberikan toko MBS Sport dalam menghadapi persaingan usaha yaitu dalam upaya mendukung kegiatan toko dengan memberikan rak untuk display dan gantungan baju, Jadi ketika pembeli datang, produk bisa langsung terlihat oleh pembeli karena sudah ditata dengan rapi. Komputer untuk melihat data barang, lampu yang terang, motor untuk pengantaran pesanan. Dan menyiapkan kantong plastik ukuran kecil, sedang dan besar yang ada logo toko MBS Sport untuk diberikan pada konsumen setelah melakukan pembelian produk, Jadi akan memudahkan pembeli dalam membawanya di perjalanan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelanggan toko MBS Sport yang mengatakan bahwa semua produk sudah tertata rapi dan penataannya sesuai dengan variannya masing-masing dan diberikan kantong plastik tempat produk dengan logo toko MBS Sport.

Bukti fisik adalah lingkungan fisik di mana layanan dibuat untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Bukti yang dimiliki oleh penyedia layanan bertujuan sebagai tawaran konsumen yang bernilai tambah kepada konsumen. Bukti ini mencakup fasilitas fisik dimana jasa ditawarkan, seperti fasilitas kantor dan peralatan perusahaan yang ada.

Mengenai pernyataan dalam penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mirawati et al., (2021), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Toko Roti Gembul Di Pontianak". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis yaitu dengan memberikan fasilitas yang terbaik agar mampu bersaing dengan pesaing lainnya [12].

Analisis SWOT Toko MBS Sport Dalam Menghadapi Persaingan Usaha

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS	Strength (S)	Weaknesses (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis 2. Bisa <i>refund</i> jika ada cacat produk 3. Menjual 100% produk baru 4. Menerima pengantaran barang 5. Terdapat jasa <i>jersey printing</i> 6. Harga murah 7. Kualitas produk bagus 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal terbatas 2. Kekurangan tenaga 3. Lahan parkir sempit 4. Transaksi pembayaran hanya tunai 5. Ruangan kurang luas
Opportunities (O)	Strategi SO :	Strategi WO :
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi tengah kota dekat dengan lingkungan sekolah 2. Perkembangan cabang olahraga 3. Kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga. 	Toko MBS Sport agar selalu melengkapi barang yang belum ada pada saat ini dan membuat program yang baru untuk menarik minat para calon pembeli.	Toko MBS Sport agar memperluas ruangan display dan lahan parkirnya, serta memulai fitur pembayaran dengan sistem <i>e-wallet</i> .
Threats (T)	Strategi ST :	Strategi WT :
Pesaing baru yang agresif <i>Online shop</i> Pesaing lama yang semakin berkembang	Toko MBS Sport harus mampu tetap menjaga pelayanan dan kualitas produknya, membina hubungan yang baik dengan para pembeli, dan mempertahankan harga yang bersaing.	Toko MBS Sport harus mulai mengikuti perkembangan teknologi seperti mendaftarkan toko dan berjualan di berbagai aplikasi.

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan matriks SWOT diatas tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, maka pada toko MBS Sport dapat diambil hasil kombinasi dari strategi-strategi sebagai berikut:

Analisis Strategi S-O (Mendukung Strategi Growth) IFAS

Kekuatan dari toko MBS Sport meliputi lokasi yang strategis, bisa *refund* jika ada cacat produk, menjual 100% produk baru, menerima pengantaran barang, terdapat jasa *jersey printing*, harga murah, dan kualitas produk bagus. Kemudian peluang dari toko MBS Sport meliputi lokasi tengah kota dekat dengan lingkungan sekolah, perkembangan cabang olahraga, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga. Disarankan toko MBS Sport agar selalu melengkapi barang yang belum ada pada saat ini dan membuat program yang baru untuk menarik minat para calon pembeli. Karena telah diketahui stok produk yang dijual oleh pesaing tidak selalu lengkap dan melakukan restock produk hanya dalam waktu satu minggu satu kali.

Analisis Strategi W-O (Mendukung Strategi Turn-Around)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Kelemahan pemasaran pada toko MBS Sport berupa modal terbatas, kekurangan tenaga, lahan parkir sempit, transaksi pembayaran hanya tunai, dan ruangan kurang luas. Kemudian peluang dari toko MBS Sport meliputi lokasi tengah kota dekat dengan lingkungan sekolah, perkembangan cabang olahraga, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga. Disarankan agar toko MBS Sport agar memperluas ruangan display dan lahan parkirnya, serta memulai fitur pembayaran dengan sistem *e-wallet*. Karena mengingat bahwa

pesaing memiliki ruangan display yang luas dan memiliki lahan parkir yang lebar, serta pesaing juga sudah menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*.

Analisis Strategi S-T (Mendukung Strategi Diversifikasi)

Kekuatan dari toko MBS Sport meliputi lokasi yang strategis, bisa refund jika ada cacat produk, menjual 100% produk baru, menerima pengantaran barang, terdapat jasa jersey printing, harga murah, dan kualitas produk bagus. Kemudian ancamannya adalah pesaing baru yang agresif, online shop, dan pesaing lama yang semakin berkembang. Disarankan agar toko MBS Sport harus mampu tetap menjaga pelayanan dan kualitas produknya, membina hubungan yang baik dengan para pembeli, dan mempertahankan harga yang bersaing. Karena mengingat bahwa harga produk pesaing lebih mahal dan pesaing tidak memiliki jadwal operasional yang tetap.

Analisis Strategi W-T (Mendukung Strategi Defence)

Strategi ini diambil pada saat perusahaan mengalami situasi yang sulit berbagai ancaman dan kelemahan internal. Kelemahan pemasaran pada toko MBS Sport berupa modal terbatas, kekurangan tenaga, lahan parkir sempit, transaksi pembayaran hanya tunai, dan ruangan kurang luas. Kemudian ancamannya adalah pesaing baru yang agresif, online shop, dan pesaing lama yang semakin berkembang. Untuk mengatasi masalah ini toko MBS Sport harus mulai mengikuti perkembangan teknologi seperti mendaftarkan toko dan berjualan di berbagai aplikasi. Karena mengingat bahwa toko pesaing sudah memulai berjualan di aplikasi shopee.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dan dijabarkan tersebut, maka dapat peneliti tarik kesimpulan yaitu, pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan toko MBS Sport dalam menjaga persaingan bisnis sejenis dengan bauran pemasaran meliputi strategi produk yaitu dengan fokus memperbaiki toko, selalu melakukan evaluasi toko, selalu mencatat kebutuhan setiap pembeli, melengkapi produk, selalu menjaga persediaan varian produk dan menjaga kualitas produk. Strategi harga yaitu dengan mengambil laba yang minimal, memberikan harga lebih rendah atau sebanding, menerapkan sistem partai besar, dan memberikandiskon jika membeli kelipatan. Strategi tempat yaitu dengan melakukan pengamatan dan analisis letak lokasi yang strategis agar mudah dijangkau. Strategi promosi yaitu dengan melalui sosial media berupa whatsapp, facebook, dan instagram, memasang banner, menjaga komunikasi dan hubungan dengan pelanggan dan membagikan brosur mengenai produk-produknya. Strategi sumber daya manusia yaitu mencari sumber daya yang rajin patuh, disiplin, rajin beribadah, aktif berkomunikasi, siap kerja dengan dibawah tekanan, memberi pelayanan sopan dan ramah. Strategi proses yaitu dalam proses pembelian barang mengambil barang dari beberapa supplier dan untuk proses jersey printing tidak membutuhkan waktu yang lama. Strategi bukti fisik yaitu memberikan rak untuk display dan gantungan baju, terdapat komputer untuk melihat data barang, lampu yang terang, motor untuk pengantaran pesanan, dan membungkus produk dengan kantong plastik ukuran kecil, sedang dan besar yang ada logo toko MBS Sport.

Analisis SWOT strategi pemasaran toko MBS Sport dalam menjaga persaingan bisnis sejenis yang meliputi *strengths* atau kekuatan dari toko MBS Sport meliputi lokasi yang strategis, bisa refund jika ada cacat produk, menjual 100% produk baru, menerima pengantaran barang, terdapat jasa jersey printing, harga murah, dan kualitas produk bagus. *Weaknesses* atau kelemahan toko MBS Sport berupa modal terbatas, kekurangan tenaga, lahan parkir sempit, transaksi pembayaran hanya tunai, dan ruangan kurang luas. *Opportunities* atau peluang dari toko MBS Sport meliputi lokasi tengah kota dekat dengan lingkungan sekolah, perkembangan cabang olahraga, dan kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga. Dan *threats* atau ancaman toko MBS Sport adalah adanya pesaing baru yang agresif, online shop, dan pesaing lama yang semakin berkembang.

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, peneliti dapat memberikan beberapa rekomendasi yaitu toko MBS Sport dapat mengambil hasil kombinasi dari strategi yang ada. Pertama strategi SO, dengan memanfaatkan peluang yang ada toko MBS Sport agar selalu melengkapi barang yang belum ada pada saat ini dan membuat program yang baru untuk menarik minat para calon pembeli. Karena telah diketahui stok produk yang dijual oleh pesaing tidak selalu lengkap dan melakukan restock produk hanya dalam waktu satu minggu satu kali. Kedua strategi ST, dengan memanfaatkan peluang yang ada toko MBS Sport harus mampu tetap menjaga pelayanan dan kualitas produknya, membina hubungan yang baik dengan para pembeli, dan mempertahankan harga yang bersaing. Karena mengingat bahwa harga produk pesaing lebih mahal dan pesaing tidak memiliki jadwal operasional yang tetap. Ketiga strategi WO, dengan menghadapi ancaman yang

ada toko MBS Sport agar memperluas ruangan *display* dan lahan parkirnya, serta memulai fitur pembayaran dengan sistem *e-wallet*. Karena mengingat bahwa pesaing memiliki ruangan *display* yang luas dan memiliki lahan parkir yang lebar, serta pesaing juga sudah menerapkan sistem pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*. Ke empat strategi WT, dengan menghadapi ancaman yang ada toko MBS Sport harus mulai mengikutiperkembangan teknologi seperti mendaftarkan toko dan berjualan di berbagai aplikasi. Karena mengingat bahwa toko pesaing sudah memulai berjualan di aplikasi *shopee*.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Fitriyani, "Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha," *Skripsi*, 2022.
- [2] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [3] F. M. A. Poluan, L. Silvy, Mandey, and M. W. J. Ogi., "Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan nstant Alvero)," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 7, no. 3, 2019.
- [4] Sarjita, "Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar," *J. Bisnis dan Manaj. Adm.*, vol.3, no. 1, pp. 55–61, 2016.
- [5] I. Kumiawan, *Perancangan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Olahraga X Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan, 2019.
- [6] A. L. T. Timbuleng, S and D. C. A. Lintong, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *J. EMBA*, vol. 9, no. 2, pp. 78–84, 2021.
- [7] N. D. Permadi and Wijono, "Analisis Strength, Weakness, Opportunity, And Threat (SWOT) Cabang Olahraga Tinju Kabupaten Jember," *J. Prestasi Olahraga*, vol. 4, no. 6, pp. 32–39, 2021.
- [8] M. Nazir, *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- [9] L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- [10] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta, 2016.
- [12] Mirawati, Warneri, and Okianna, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Toko Roti Gembul DiPontianak," *J. Pendidik. dan Pembelajaran Khatulistiwa*, vol. 10, no. 9, pp. 1–8, 2021.
- [13] N. A. Wardah and Harti, "Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian mpulsif Avoskin Di Shopee," *J. Manag. Dev. Appl. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 21–32, 2021.
- [14] F. Haryanto, *Strategi Pemasaran Baju Olahraga Pada Toko Maradon Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Bukit Tinggi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2018.

Strategi Pemasaran Toko MBS Sport Dalam Menjaga Persaingan Bisnis Sejenis

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

20 %
INTERNET SOURCES

7 %
PUBLICATIONS

5 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 etheses.iainponorogo.ac.id 6%
Internet Source

2 digilib.iain-palangkaraya.ac.id 3%
Internet Source

3 repository.unika.ac.id 1%
Internet Source

4 economicsbosowa.unibos.id 1%
Internet Source

5 digilib.uin-suka.ac.id 1%
Internet Source

6 Wanda Natasya Putri Drajat, Ahmad Mulyadi Kosim, Syarifah Gustiawati. "Strategi Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2021
Publication <1%

7 123dok.com <1%
Internet Source

8	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
9	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
10	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1 %
11	docplayer.info Internet Source	<1 %
12	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
13	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
14	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper	<1 %
18	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
19	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %

20	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
21	Urmila Sheba Nedianna, Erwin Putera Permana, Farida Nurlaila Zunaidah. "Pengembangan Media Kadobudi (Kartu Domino Budaya Indonesia) pada Materi Kebudayaan Indonesia Siswa Kelas IV Sekolah Dasar", <i>Journal on Education</i> , 2023 Publication	<1 %
22	repository.wiraraja.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
24	www.scribd.com Internet Source	<1 %
25	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
26	journal.lppmunindra.ac.id Internet Source	<1 %
27	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
28	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
29	pinthiaa.wordpress.com Internet Source	<1 %

30	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
32	Submitted to Morgan Park High School Student Paper	<1 %
33	Nurfitriyenni Nurfitriyenni. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu Pada Home Industry Yap Yek Di Kota Bukittinggi", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2021 Publication	<1 %
34	repository.usm.ac.id Internet Source	<1 %
35	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	<1 %
36	eprints.mdp.ac.id Internet Source	<1 %
37	perspectives.pp.ua Internet Source	<1 %
38	core.ac.uk Internet Source	<1 %
39	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %

ibooked.gr

40

Internet Source

<1 %

41

repo.iain-tulungagung.ac.id

Internet Source

<1 %

42

repositori.usu.ac.id

Internet Source

<1 %

43

www.termpaperwarehouse.com

Internet Source

<1 %

44

Rahmi Meutia, Syardiansah Syardiansah.
"Strategi Peningkatan Volume Penjualan
Melalui Bauran Pemasaran Pada Langsa Town
Square", Jurnal Manajemen Motivasi, 2021

Publication

<1 %

45

Tabroni Tabroni, Mamay Komarudin.
"STRATEGI PROMOSI PRODUK MELALUI
DIGITAL MARKETING BAGI UMKM
TERDAMPAK PANDEMI COVID'19
BERDASARKAN KEPUTUSAN KONSUMEN",
Jurnal Riset Entrepreneurship, 2021

Publication

<1 %

46

digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet Source

<1 %

47

ejournal.stiesia.ac.id

Internet Source

<1 %

48

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

49

riapujianti.blogspot.com

Internet Source

<1 %

50

walidrahmanto.blogspot.com

Internet Source

<1 %

51

repository.iainpare.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Strategi Pemasaran Toko MBS Sport Dalam Menjaga Persaingan Bisnis Sejenis

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14
