

ABSTRAK

ZANNATUN NIDA, Tahun : 2026, Judul “ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING DAN PENJUALAN PADA TOKO SEMBAKO MAMA LAILA DI DESA MUARA TAPUS” dibawah bimbingan Ibu Jumai Latte, S.AB., M.AB., selaku Pembimbing I dan Ibu Nurul Hasanah, S.pd,MM selaku Pembimbing II.

Persaingan usaha ritel pada tingkat desa semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap kemudahan dalam memperoleh barang kebutuhan sehari-hari. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan pelanggan dan menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Penerapan strategi tersebut menjadi penting bagi usaha ritel skala kecil karena dapat membantu menciptakan nilai bagi konsumen serta menjaga keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sembako Mama Laila dalam upaya meningkatkan daya saing dan penjualan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Toko Sembako Mama Laila di Desa Muara Tapus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari pemilik toko, informan utama, serta pelanggan tetap dan pelanggan umum. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produk diterapkan melalui upaya menjaga kualitas dan kelayakan barang, menyediakan produk yang beragam sesuai kebutuhan konsumen, memilih merek yang dikenal masyarakat, serta memberikan pelayanan yang baik. Strategi harga dilakukan dengan menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk. Strategi tempat diterapkan melalui lokasi usaha yang mudah dijangkau serta upaya menjaga ketersediaan produk melalui pengelolaan stok barang. Strategi promosi dilakukan melalui komunikasi langsung kepada konsumen, promosi dari mulut ke mulut, pemberian potongan harga pada kondisi tertentu, serta penggunaan spanduk sebagai media informasi usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sembako Mama Laila telah berjalan dengan cukup baik dan berperan dalam mendukung daya saing usaha. Namun, pengembangan kegiatan promosi dan peningkatan pengelolaan stok barang masih perlu dilakukan agar usaha dapat berkembang secara lebih optimal.

Kata Kunci: bauran pemasaran, daya saing, penjualan, toko sembako.

ABSTRACT

ZANNATUN NIDA, Year: 2026, Title: *"ANALYSIS OF MARKETING MIX STRATEGIES TO ENHANCE COMPETITIVENESS AND SALES AT MAMA LAILA'S GROCERY STORE IN MUARA TAPUS VILLAGE"* conducted under the supervision of Jumai Latte, S.AB., M.AB. as the First Supervisor and Nurul Hasanah, S.Pd., M.M. as the Second Supervisor.

Retail business competition at the village level is intensifying alongside the growing public demand for convenient access to daily necessities. This situation necessitates that business owners adopt appropriate marketing strategies to retain customers and compete effectively with similar businesses. One such strategy is the marketing mix, comprising product, price, place, and promotion. Implementing this strategy is crucial for small-scale retail businesses, as it helps create value for consumers and ensures business sustainability. Therefore, this study aims to examine the implementation of marketing mix strategies at Mama Laila's Grocery Store in an effort to boost the business's competitiveness and sales.

This study aims to analyze the implementation of marketing mix strategies at Mama Laila's Grocery Store in Muara Tapus Village. It employs a qualitative approach with a descriptive research design. Data collection involved observation, interviews, and documentation, with informants including the store owner, key informants, as well as regular and general customers. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research findings indicate that the product strategy is implemented by maintaining product quality and suitability, offering a diverse range of products to meet consumer needs, selecting brands recognized by the community, and providing excellent service.

The pricing strategy involves setting affordable prices that align with product quality. The place strategy is implemented through an easily accessible business location and efforts to ensure product availability via effective inventory management. Promotional strategies are implemented through direct communication with consumers, word-of-mouth promotion, offering discounts under specific conditions, and using banners to convey business information.

Based on the research findings, it can be concluded that the implementation of the marketing mix strategy at Toko Sembako Mama Laila has been effective and has contributed to the business's competitiveness. However, further development of promotional activities and improvements in inventory management are still required to enable the business to grow more optimally.

Keywords: marketing mix, competitiveness, sales, basic goods store.