

ABSTRAK

Ayatullah, 2025. Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Harga Toko Klontong Di Kabupaten Situbondo. Skripsi Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pembimbing Deddy Junaedi, S.Pd., M.AB.

Kata kunci : strategi pemasaran, toko klontong, persaingan harga, toko modern, UMKM.

Toko klontong sebagai bagian dari usaha mikro di Kabupaten Situbondo menghadapi persaingan ketat dari toko modern seperti Indomaret dan Alfamart yang menawarkan harga dan pelayanan lebih menarik. Dalam situasi ini, toko klontong perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Toko Madura dalam sektor ritel lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan toko klontong dalam menghadapi persaingan harga, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta memberikan solusi strategi yang relevan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang umum digunakan meliputi fleksibilitas harga, sistem bon, pelayanan personal, jam buka yang panjang, serta kelengkapan barang kebutuhan pokok. Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal, persaingan toko modern, kurangnya pemahaman digital marketing, fluktuasi harga dari distributor, dan kurangnya inovasi. Toko klontong dapat tetap bersaing dengan meningkatkan layanan, memanfaatkan media sosial, membuat program loyalitas pelanggan, menyesuaikan produk dengan kebutuhan lokal, serta bekerja sama dengan pelaku usaha lain dan distributor lokal.