



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Vrisqi Revika Deny
Assignment title: Jurnal
Submission title: Strategi Pemasaran Toko Baju Bunda
File name: ejournal_Vrisqi.docx
File size: 47.65K
Page count: 9
Word count: 2,774
Character count: 17,661
Submission date: 27-Oct-2023 12:58PM (UTC+7:00)
Submission ID: 2205441576

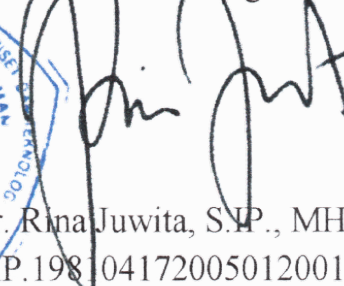
ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

Wakil Dekan Bidang Akademik,




Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP.198104172005012001

Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume X, Nomor X, 20XX

Strategi Pemasaran Toko Baju Bunda Sri Olshop Di Desa Karya Merdeka Samboja

Vrisqi Revika Deny
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda
E-mail: Rvrisqi26@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan oleh toko baju Bunda Sri Olshop dalam menjalankan usahanya, serta kendala atau kekurangan apa saja yang dilalui oleh owner dalam menjalankan strategi tersebut. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara kepada *Key Informant* dan *Informant* serta dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh owner dalam menjalankan usahanya yaitu strategi bauran pemasaran 4p (*product, price place, dan promotion*), yaitu: (1) Produk berkualitas dan terlengkap. (2) Harga terjangkau. (3) Lokasi strategis, mudah dijangkau dan mudah ditemukan. (4) Promosi dilakukan dengan menggunakan sosial media facebook dan whatsapp, serta memberikan promo, potongan harga, dan reseller. Dari ke 4 aspek pemasaran tersebut digunakan dengan baik dan memberikan dampak terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan, namun terdapat kekurangan yaitu: (1) Produk disediakan melebihi permintaan. (2) Harga produk lama maupun baru disamaratakan. (3) Distribusi barang didalam toko tidak teratur. (4) Promosi monoton, tidak ada pembaharuan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Fashion; Toko Baju;

Abstract

This research aims to analyze and describe the marketing strategy used by the Bunda Sri Olshop clothing store in running its business, as well as any obstacles or shortcomings faced by the owner in carrying out this strategy. The type of research used in this research is qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques were carried out by observation, interviews with *Key Informants* and *Informants* and documentation. Based on the results of research conducted by researchers, it shows that the marketing strategy used by the owner in running his business is the 4p marketing mix strategy (*product, price place and promotion*), namely: (1) Quality and most complete products. (2) Affordable prices.