

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Fatma Syafrila Yeni** dengan NIM **3722093** Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul **“Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pendapatan Toko Herbal Bukittinggi (Studi Kasus BRC Grosir Herbal Bukittinggi)**.

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya toko herbal di kota Bukittinggi sehingga menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat, terjadinya penurunan pendapatan pada toko BRC Grosir Herbal Bukittinggi, dan harga produk yang berbeda beda di setiap toko herbal Bukittinggi. Untuk itu penulis akan mengkaji mengenai strategi bersaing yang diterapkan oleh BRC Grosir Herbal Bukittinggi, dan juga factor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat peningkatan pendapatan. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui srategi bersaing yang diterapkan oleh BRC Grosir Herbal Bukittinggi, untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat meningkatkan pendapatan BRC Grosir Herbal Bukittinggi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri dari manager toko, karyawan, reseller dan pelanggan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis melalui beberapa tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan / verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi bersaing yang diterapkan pada toko BRC Grosir Herbal Bukittinggi sudah menerapkan *marketing mix* (4P), yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Aspek produk pada strategi ini yaitu menerapkan edukasi pelanggan tentang gejala dan rekomendasi herbal, peningkatan pelayanan, pemeliharaan branding sebagai pionir toko herbal pertama di Bukittinggi. Aspek harga yaitu mengadakan harga promo-promo di hari tertentu. Aspek tempat yaitu menjalin kerjasama reseller hingga daerah luar Sumatra disertai insentif *mini gold*, serta Aspek Promosi yaitu membuat iklan produk di media sosial seperti (*Facebook, WhatsApp, Instagram*) dengan pesan siaran dan editing foto Adapun factor pendukung dalam meningkatkan pendapatan toko herbal BRC yaitu layanan terapi, teknologi HP, Komunikasi karyawan dengan pelanggan yang menciptakan kedekatan, arahan atasan via rapat, serta stok produk dan peralatan yang lengkap. Serta factor penghambatnya seperti sensitivitas harga yang di banding-bandingkan, persaingan ketat, kondisi ekonomi masyarakat serta kondisi jalan pasca bencana.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Meningkatkan Pendapatan, Toko Herbal