

ABSTRAK

Nita Herliana, NIM. 3402150142. “Analisis Orientasi Pasar Dalam Menciptakan *Competitive Advantage* Pada Toko Rabbani Tasikmalaya”. Dibawah bimbingan Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Moch. Azis Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Analisis Orientasi Pasar Dalam Menciptakan *Competitive Advantage* Pada Toko Rabbani Tasikmalaya.

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana orientasi pasar pada toko Rabbani Tasikmalaya?. 2) Bagaimana strategi bersaing pada toko Rabbani Tasikmalaya?. 3) Bagaimana analisis orientasi pasar dalam menciptakan *competitive advantage* pada toko Rabbani Tasikmalaya?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) Cara berorientasi pasar pada toko Rabbani Tasikmalaya. 2) Strategi bersaing yang digunakan pada toko Rabbani Tasikmalaya. 3) Analisis orientasi pasar dalam menciptakan *competitive advantage* pada toko Rabbani Tasikmalaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, Dokumentasi dan Triangulasi.

Hasil dari penelitian dapat ditarik simpulan bahwa: 1) Orientasi Pasar yang dilakukan oleh toko Rabbani Tasikmalaya sudah baik. Hal tersebut dibuktikan dengan penerapan ketiga indikator dari orientasi pasar yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi sehingga adanya peningkatan penjualan dalam toko Rabbani Tasikmalaya. 2) Strategi pemasaran dalam penciptaan *competitive advantage* yang dilaksanakan oleh toko Rabbani sudah dilaksanakan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan penerapan pelaksanaan keempat indikator *competitive advantage*, dengan kondisi toko Rabbani yang semakin berkembang dari tahun ke tahun dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, disamping itu toko Rabbani juga mampu bersaing di tengah-tengah persaingan usaha yang semakin ketat. 3) Analisis orientasi pasar berperan positif dalam menciptakan *competitive advantage*. Orientasi pasar merupakan patokan perusahaan dalam menciptakan strategi pemasaran yang tertata dan sebagai alat untuk menciptakan *competitive advantage*.

Diharapkan Toko Rabbani Tasikmalaya Cabang Mayasari Plaza harus lebih memberikan suatu pemasaran yang lebih baik dan tertata agar dapat meningkatkan *competitive advantage*, sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan toko Rabbani Tasikmalaya Cabang Mayasari Plaza.

Kata Kunci : Orientasi Pasar dan *Competitive Advantage*