

ABSTRAK

Laia, Normalis 2025. Analisis Upaya Optimalisasi Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing pada Toko Transcom Kota Gunungsitoli. Dibawah Pembimbingan Serniati Zebua, S.E.,M.Si

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Transcom Kota Gunungsitoli dengan tujuan untuk mengetahui upaya optimalisasi digital marketing yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam proses optimalisasi strategi digital *marketing* di Toko Transcom. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Toko Transcom telah melakukan berbagai upaya optimalisasi digital *marketing*, seperti pemanfaatan media sosial, peningkatan tampilan *website*, penggunaan *marketplace*, dan penerapan SEO serta iklan digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, perusahaan juga terus melakukan inovasi dan pelatihan bagi sumber daya manusia agar mampu mengikuti perkembangan teknologi. Namun, dalam pelaksanaannya, Toko Transcom menghadapi beberapa faktor penghambat, seperti keterbatasan biaya pemasaran digital, kurangnya pemahaman mendalam tentang penggunaan digital *tools*, serta keterbatasan infrastruktur dan waktu dalam mengelola aktivitas digital secara maksimal. Meskipun demikian, strategi yang telah diterapkan dinilai cukup efektif dalam meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa optimalisasi strategi digital marketing yang terencana dan terintegrasi menjadi salah satu kunci penting dalam memperkuat posisi Toko Transcom di pasar lokal.

Kata Kunci: Optimalisasi Strategi, Digital Marketing, Daya Saing

ABSTRACT

Laia, Normalis. 2025. Analysis of Strategy Optimization Efforts in Enhancing Competitiveness at Transcom Store, Gunungsitoli City. Supervised by Serniati Zebua, S.E., M.Si

This research was conducted at the Transcom Store in Gunungsitoli City. The aim was to determine digital marketing optimization efforts undertaken to increase competitiveness and identify factors inhibiting the process of optimizing digital marketing strategies at the Transcom Store. This study used qualitative methods, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Based on the research results, it was found that the Transcom Store has implemented various digital marketing optimization efforts, such as utilizing social media, improving the website's appearance, utilizing marketplaces, and implementing SEO and digital advertising to reach a wider consumer base. Furthermore, the company continues to innovate and train its human resources to keep up with technological developments. However, in its implementation, the Transcom Store faces several inhibiting factors, such as limited digital marketing funds, a lack of in-depth understanding of digital tools, and limited infrastructure and time to optimally manage digital activities. Nevertheless, the implemented strategies are considered quite effective in increasing the company's competitiveness amidst increasingly fierce market competition. This research illustrates that the optimization of a planned and integrated digital marketing strategy is a key factor in strengthening the Transcom Store's position in the local market.

Keywords: Strategy Optimization, Digital Marketing, Competitiveness