

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen merupakan suatu tindakan mengelolah aktifitas baik secara perseorangan, maupun dalam kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara berkolaborasi dan optimalisasi sumber daya yang ada. Terkait manajemen, memuat beberapa hal salah satunya yaitu konteks bisnis yakni strategi pemasaran sebagai alat pengembangan bisnis yang mereka jalankan.¹

Data yang diperoleh melalui evaluasi kondisi pasar dalam Manajemen pemasaran dimanfaatkan untuk merancang strategi baru atau memodifikasi strategi yang sudah ada ke strategi yang lebih inovatif guna meningkatkan efektifitas pemasaran produk dan mencapai beragam konsumen. Dalam menjalankan strategi-strategi yang telah ditetapkan sebelumnya, lewat analisis dunia pemasaran, proses analisis tersebut harus terus berjalan untuk mengetahui hasil pencapaian dan identifikasi dari strategi sebelumnya.² Analisis strategi pemasaran ini berarti melihat situasi dalam sebuah perusahaan baik dari segi internal maupun eksternal untuk

¹ Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, Fauziyah Lamaya, "Manajemen dan Eksekutif", Jurnal Manajemen, Vol. 3 No 2 (Oktober 2019) 53

² Dr. Ahmad Syarief Iskandar, "Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi". (Pascal Books, Tangerang selatan, 2021) 9.

melihat permasalahan yang bisa menghambat beroperasinya perusahaan. Strategi merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, di mana strategi digunakan sebagai cara untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Strategi biasanya berupa sekelompok langkah-langkah atau susunan rencana yang bervolume besar yang digunakan sebagai pedoman jalannya sebuah perusahaan untuk mencapai targetnya.³ Pentingnya posisi strategi pemasaran dalam perusahaan terletak pada perannya sebagai indikator vital bagi kondisi ekonomi perusahaan, termasuk dalam hal menetapkan harga produk dan layanan. Strategi pemasaran merupakan susunan langkah-langkah yang digunakan untuk memperkenalkan produk dan jasa lebih detail untuk meningkatkan jumlah penjualan.

Bisnis yang dikelola akan berkembang secara positif jika berfokus pada pengelolaan profitabilitas perusahaan. Langkah umum yang diambil untuk meningkatkan profitabilitas meliputi menarik minat pelanggan, dan usaha dalam menguasai pangsa pasar. Upaya ini bergantung pada strategi pemasaran yang efektif untuk mengoptimalkan peluang dan mempertahankan posisi pasar yang kuat. Setiap perusahaan, baik dalam sektor produk atau layanan, memiliki tujuan yang serupa yakni bertahan dan memajukan bisnis. Pertumbuhan industri saat ini sangat signifikan, dengan berbagai perusahaan dan UMKM bermunculan dengan produk yang serupa

³ Irfan Zevi, "Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri" (universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2018) 1-2.

dan menciptakan persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar⁴, salah satunya UMKM Glory Cake. Usaha Glory Cake ini tergolong sebagai usaha rumahan atau usaha mikro karena menggunakan modal yang sedikit dan tenaga kerja yang terbatas atau hanya menggunakan anggota keluarga jika ada, selain itu usaha mikro juga merupakan usaha milik perorangan yang jenis produknya bisa berganti sewaktu-waktu, dan tempat usahanya tidak selalu menetap.⁵

Usaha Glory cake merupakan sebuah usaha yang berada di Lembang Pongdingao', Kecamatan Masanda, tepatnya di perbatasan Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, usaha tersebut bersifat menyediakan sebuah kebutuhan masyarakat seperti kue ulang tahun dan juga berbagai macam jajanan. Pada wilayah sekitaran Lembang Pongdingao' telah mengetahui bahwa Glory Cake memiliki usaha kue Ulang Tahun dan sudah tidak asing lagi ketika masyarakat Pongdingao' memesan pada usaha tersebut. Namun, perlu juga diketahui bahwa usaha tersebut hanya dimulai dari rumah saja, dalam artian tidak memiliki tempat tersendiri seperti pada umumnya yang kita lihat, dan yang lebih menarik, bukan hanya masyarakat sekitar Pongdingao' yang telah mengetahui usaha tersebut, namun hampir seluruh wilayah Masanda mengetahui usaha Glory Cake dan membeli di tempat tersebut, selain itu

⁴Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 No 2 (Desember 2020) 235-241.

⁵Lies Indriyatni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No 1 (Februari 2013) 57.

masyarakat yang di luar Kecamatan Masanda telah mengetahui usaha Glory Cake, namun ada diantara mereka yang lebih memilih produk di Glory cake tersebut dibandingkan dengan yang ada di wilayahnya masing-masing. Konsep awal yang digunakan oleh Usaha Glory Cake dalam mengembangkan usahanya yaitu berorientasi pada produk, yakni menjual produk kue ulang tahun. Penjualan Glory Cake dari waktu ke waktu, semakin meningkat dengan volume penjualan biasanya mencapai target penjualan 4 sampai 5 kue ulang tahun/minggu.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian terdahulu yaitu jurnal Irdha Yanti Musyawarah, Desi Indayani yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju" dengan menggunakan metode penelitian Kualitatif yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan dan analisis SWOT yang memiliki pengaruh dalam keberlangsungan usaha. Dalam jurnal Nasruddin yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli Mobil Toyota Di PT Hadji Kalla Cabang Palopo" dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan dalam keputusan pembeli, sedangkan dalam penelitian ini akan lebih berfokus dalam menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Glory Cake dalam menarik minat konsumen di Lembang Podingao', Kecamatan Masanda.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Glory Cake dalam menarik Minat Konsumen Di Lembang Podingao’, Kecamatan Masanda”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pemasaran Glory Cake dalam menarik minat konsumen di Lembang Podingao’ Kecamatan Masanda?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang di lakukan oleh Glory Cake dalam menarik minat konsumen di Lembang Podingao’ Kecamatan Masanda.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penulis berharap agar melalui tulisan ini dapat memberikan sumbangsi bagi mahasiswa IAKN Toraja, sekaligus menjadi rujukan dalam mengetahui bagaimana srategi pemasaran yang di lakukan dalam sebuah usaha atau Bisnis.

2. Manfaat praktis

Penulis berharap agar tulisan ini dapat Memberikan salah satu sumbangsi bagi mahasiswa IAKN dan masyarakat terutama bagi mahasiswa Kepemimpinan Kristen dalam mengambil kebijakan mengenai keputusan strategi pemasaran di masa depan, dan penulis berharap melalui tulisan ini, usaha Glory Cake bisa mengembangkan strategi-strategi pemasaran baru agar lebih menarik minat konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sebagai acuan berfikir dalam tulisan ini, penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka yang berisi Pengertian Manajemen, Konsep Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, dan Indikator Manajemen Strategi Pemasaran.

BAB III: Metode Penelitian yang berisi Jenis Metode Penelitian, Tempat Penelitian, Informan, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV: Pemaparan dan Hasil Penelitian, yang berisi tentang Gambaran Lokasi Penelitian, Deskripsi Hasil Penelitian, dan Analisis Data.

BAB V: Penutup, yang berisi tentang Kesimpulan dan Saran

