

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketatnya persaingan di dunia usaha mengharuskan para pemilik bisnis untuk selalu memiliki strategi atau ide inovatif agar bisnis mereka bisa bertahan dan berkembang. Tingginya tingkat persaingan memaksa para pemilik usaha untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang berbeda dari usaha lain di bidang yang sama.¹ Perkembangan kehidupan bisnis saat ini tidak lepas dari persaingan, hal tersebut menjadi tantangan bagi para wirausahawan dalam pengelolaan bisnis.

Strategi adalah suatu rencana yang disusun oleh kepemimpinan utama dalam suatu perusahaan, dengan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kualitas bisnis. Setiap bisnis memerlukan strategi untuk memaksimalkan efisiensi operasional mereka, karena strategi ini sangat penting dalam mencapai kesuksesan bisnis.²

Strategi pemasaran krusial bagi keberlangsungan bisnis. Perusahaan mengimplementasikan beragam pendekatan untuk meningkatkan penjualan. Dari promosi kreatif hingga strategi pasar, setiap langkah memengaruhi arah dan profitabilitas. Keandalan strategi ini menentukan

¹Desi Idayanti Irdha Yanti Musyawarah, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Bagas Di Kec. Mamuju," *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (n.d.).²

² Ibid.5

posisi dan daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif. keberhasilan pemasaran merangsang dan profitabilitas

Keberhasilan suatu bisnis sering kali bergantung pada proses pemasarannya dan kualitas produk yang di tawarkan. Produk adalah sesuatu, baik barang maupun jasa, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Setiap produk memiliki manfaat unik yang membedakannya. Baik berwujud maupun tidak, produk hadir untuk memuaskan kebutuhan konsumen dalam berbagai aspek kehidupan³.

Fenomena bisnis ritel saat ini sedang berkembang pesat dengan banyaknya bisnis baru yang muncul dengan ide-ide kreatif dan inovatif, sehingga meningkatkan jumlah pesaing pasar. Untuk bertahan dalam persaingan ini, pemilik usaha harus mengandalkan pengetahuan dan kualitas produk yang di tawarkan. Di Toraja, perkembangan bisnis toko ritel semakin meningkat, salah satunya adalah Toko Sejahtera. Toko ini berhasil bersaing dengan menawarkan produk-produk yang paling dioleh minati oleh konsumen , promosi dan diskon yang menarik. serta layanan tambahan seperti integrasi layanan yang memungkinkan belanja online, dimana pengambilan barang dapat dilakukan di toko maupun dengan pengantaran.

Berdasarkan observasi awal peneliti, Toko Sejahtera selalu ramai pengunjung dari buka sampai tutup.⁴ Sesuai dengan wawancara awal

³ Ibid. 10

⁴ Novita Allositandi, Observasi, 06 November 2023

penulis kepada konsumen di Toko Sejahtera mengatakan bahwa toko ini tidak pernah sepi pembeli karena harga produk yang dipasarkan sangat terjangkau dan menyediakan berbagai kebutuhan.⁵ Ini membuatnya menjadi pilihan utama bagi banyak orang dalam berbelanja.

Dalam skripsi sebelumnya yang ditulis oleh Mah Bukhori berjudul "Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo", penelitian difokuskan pada elemen produk, harga, distribusi, dan promosi.⁶ Sedangkan pada penelitian ini akan mencakup beberapa hal seperti produk, harga, promosi, saluran distribusi, tempat, strategi kompetitor, mengenal perjalanan konsumen.

B. Fokus Masalah

Latar belakang yang disajikan sebelumnya telah menyertakan kajian literatur yang membantu menentukan masalah yang akan diteliti. Namun, diperlukan fokus yang lebih jelas untuk penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada minat beli konsumen.

C. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan masalah terkait dengan bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Sejahtera?

⁵ Ester, Wawancara Oleh Penulis, Makale, Indonesia, 06 November 2023

⁶ Bukhori, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo." 28

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah adalah menganalisis strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen di Toko Sejahtera.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna, baik dalam teori maupun dalam praktik:

1. Manfaat Teoritis

Harapannya, hasil dari penelitian ini akan meningkatkan pemahaman dalam bidang ilmu pengetahuan, terutama terkait strategi pemasaran di Toko Sejahtera Makale.

2. Manfaat Praktis

- a. Prodi Kepemimpinan Kristen

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumber informasi bagi prodi kepemimpinan kristen khususnya di mata kuliah manajemen strategi

- b. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan pendekatan dan sudut pandang yang berbeda.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk terus meningkatkan strategi pemasaran dalam menarik minat beli konsumen.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

Bab I: Pendahuluan

Kata Pengantar, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan format penulisan merupakan bagian dari bagian ini.

Bagian II: Landasan Teori

Dalam bagian ini berisikan konsep-konsep strategi, pemasaran, strategi pemasaran, minat beli konsumen, indikator strategi pemasaran, fungsi dan tujuan strategi pemasaran, dan strategi pemasaran.

Bab III Metode Penelitian

Bagian metode penelitian menguraikan tentang pendekatan penelitian, lokasi penelitian, waktu dan tanggal penelitian, jenis data, narasumber atau informan, metode pengumpulan dan analisis data, keabsahan data, dan jadwal penelitian.

Bab IV: Pemaparan dan Analisis Temuan Penelitian

Penelitian lapangan mengenai dampak strategi pemasaran terhadap minat pembelian konsumen di Toko Sejahtera Makale diuraikan dalam bagian ini.

Bab V Penutup

Bagian ini menyimpulkan seluruh pembahasan dan mengemukakan saran dari penulis mengenai masalah ini.

