

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendekatan strategis yang diadopsi oleh Kepala Lembang sebagai pemimpin lokal memainkan peran kunci dalam mendorong pemasaran kain tenun tersebut. Sebagai penghubung antara masyarakat lokal dan pasar yang lebih luas. Arah dan tujuan suatu organisasi untuk menyesuaikan sumber dayanya terhadap perubahan lingkungannya, terutama pasar, pelanggan, dan kliennya, guna memenuhi harapan para pemangku kepentingannya, terutama dalam jangka panjang dipengaruhi oleh strategi, dimana strategi perencanaan dan penerapan rencana aksi utama dalam mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan dan sasaran utama, dengan mempertimbangkan keunggulan kompetitif, keunggulan komparatif dan sinergi yang stabil dan ideal sebagai prinsip dan tujuan panduan, dapat didefinisikan sebagai serangkaian keputusan penting yang melampaui perspektif jangka panjang seseorang atau organisasi secara keseluruhan.

Tindakan terkoordinasi yang diambil untuk mengembangkan kemampuan inti dan mendapatkan keunggulan kompetitif dalam sebuah strategi. Sesuai strategi dengan kebutuhan untuk hasil yang maksimal. Strategi dalam manajemen merujuk pada jangka panjang yang dirancang untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan. Beberapa dasar

kunci dari strategi dan manajemen seperti analisis lingkungan, penetapan tujuan, pemilihan strategi, implementasi, evaluasi dan kontrol. Strategi yang baik membantu organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Strategi merupakan kerangka kerja yang digunakan oleh manajemen untuk mencapai target organisasi. Dengan kata lain, strategi adalah rencana beserta proses pengelolaan penerapan dan pengawasan rencana tersebut guna meraih keberhasilan.

Strategi manajemen dalam suatu usaha adalah upaya terintegrasi yang mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia, keuangan, dan aset lainnya dengan cara efisien dan inovatif. Pendekatan ilmiah dan seni kreatif diterapkan untuk mengarahkan aktivitas operasional, meningkatkan produktivitas, serta mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan secara konsisten dengan semangat profesional tinggi. Dimana dalam sebuah manajemen terdapat proses yang merencanakan, mengatur, melaksanakan, mengawasi, mengevaluasi, dan mengendalikan kegiatan untuk menyediakan secara optimal seluruh sumber daya organisasi/ekonomi, termasuk tenaga kerja, modal, material, dan teknologi demi mendapatkan tujuan dari organisasi.¹

Manajemen di rumah, sekolah, yayasan, pemerintah, dan lain-lain , itu selalu digunakan untuk mengatur semua kegiatan dan sangat penting.²

¹ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2012), 12.

² Malayu S.P Hasibuan, *Op.cit*, hal.4

Perorangan, kelompok perorangan, kelompok usaha, kelompok sosial, instansi pemerintah, dan lain-lain. Mereka memerlukan sistem manajemen yang efektif untuk mengorganisir dan merencanakan segala hal, sehingga dapat meraih hasil terbaik di masa depan.³ Manajemen merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena manajemen mempunyai banyak aspek antara lain pengambilan keputusan, komunikasi, perencanaan strategis dan pengelolaan sumber daya manusia untuk mencapai hasil terbaik dalam suatu organisasi. Menurut abdurrahman Fathoni, manajemen adalah proses menyatukan sekelompok orang dan mengerakkan seluruh kemampuan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

Manajemen merumuskan rencana strategi yang mencakup tujuan pemasaran, seperti segmen pasar yang akan ditargetkan dan strategi produk yang akan digunakan. Dengan demikian manajemen memberikan arahan dan dukungan bagi fungsi pemasaran. Pemasaran memberikan informasi berharga untuk membantu eksekutif membuat keputusan.

Pemasaran merupakan proses manajerial yang melibatkan serangkaian aktivitas terencana untuk mengidentifikasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan individu dan kelompok. Proses ini meliputi penelitian pasar, perencanaan strategis, promosi, distribusi, dan evaluasi efektivitas pertukaran produk dan layanan guna menghasilkan nilai

³ Usman Effendi, Op.cit, hal. 5

⁴ Abdurrahman Fathoni, Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia, (Reneka Cipta, Jakarta: 2006), Hlm. 3

bagi konsumen serta pelaku bisnis secara konsisten dan inovatif untuk pertumbuhan. Pemasaran membuat pelanggan menyukai, membeli dan merekomendasikan merek usaha. Menurut sejumlah pakar, bisnis berperan sebagai alat untuk mencapai target perusahaan yang mencakup perencanaan jangka panjang, pengaturan jadwal, dan penetapan prioritas dalam penggunaan sumber daya.

Pemasaran juga berfungsi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, yang merupakan inti dari kegiatan bisnis. Tanpa pemasaran yang efektif, produk atau layanan mungkin tidak dikenal atau diminati. Secara keseluruhan pemasaran merupakan komponen kunci dalam bisnis yang membantu mencapai tujuan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Usaha merupakan suatu kegiatan ekonomi. Yang terlibat dalam kegiatan ini adalah pertukaran, jual beli, produksi, pemasaran, penyerapan tenaga kerja dan interaksi lainnya antara manusia, termasuk pengusaha dan konsumen (pengguna) (barang jasa), dengan tujuan memperoleh keuntungan dari kegiatan komersial. Kebutuhan dan kepentingan yang ada. Perusahaan harus mempertanggung jawabkan semua aspek operasinya kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, komunitas lokal, dan lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk memiliki aturan dan nilai yang mengatur aktivitas bisnis untuk memastikan bahwa pelanggan, karyawan, atau pihak lain yang terlibat dalam aktivitas bisnis tersebut tidak dirugikan.

Realitas yang kita hadapi saat ini adalah perilaku masyarakat semakin menjauhi nilai-nilai etika perusahaan semakin terpuruk. Bagi kelompok ini, bisnis adalah aktivitas manusia yang tujuan utamanya adalah mencari keuntungan. Perusahaan hadir sebagai sistem dan struktur global yang menganut etika perusahaan untuk kepuasan hidup.

Keanekaragaman budaya di Indonesia mencakup berbagai hasil kerajinan tangan yang menggambarkan identitas bangsa. Di antara karya-karya tersebut terdapat kerajinan tekstil, anyaman bambu, dan produk budaya yang diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Karya seni tersebut berkembang seiring waktu dan telah mengalami transformasi kreatif selama berabad-abad. Keunikan setiap kerajinan tidak hanya mencerminkan kreativitas masyarakat lokal, tetapi juga menjadi simbol kekayaan sejarah dan tradisi yang mendalam. Warisan budaya nasional ini memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa serta membentuk cita-cita luhur menuju kemajuan dan persatuan. Inovasi dan adaptasi membuat kerajinan tradisional selalu relevan, mendukung perkembangan ekonomi kreatif nasional secara berkelanjutan.

Lembang Rea Tulak Langi adalah Lembang yang berada di kabupaten Tana Toraja Kecamatan Saluputti yang beberapa Masyarakatnya dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kain tenun yang bekerjasama dengan UMKM yang memiliki keunikan dan ciri khas budaya yang tinggi. Kain tenun Toraja, dengan desain dan kualitas yang berbeda, tidak hanya

simbol budaya, tetapi juga memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi komoditas unggulan dalam industri kerajinan tangan Indonesia. Meskipun memiliki nilai estetika dan budaya yang luar biasa, Usaha tenun di Lembang Rea belum terlalu dikenal masyarakat luar jika hanya dengan media pemasaran mulut ke mulut, sehingga memerlukan strategi pemasaran dengan media media yang lebih efektif untuk menghadapi tantangan – tantangan dalam peningkatan pemasaran usaha kain tenun. Pemasaran kain tenun masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi promosi, hingga pemasaran yang kurang optimal. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa para pengrajin kain tenun Rea Tulak Langi mengedepankan inovasi dan kreativitas dalam menciptakan program-program pemasaran. Mereka tidak hanya mengandalkan metode tradisional, tetapi juga menggabungkan teknologi modern untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui partisipasi aktif masyarakat pecinta kain tenun, program yang dikembangkan mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan nilai estetika produk. Berbagai strategi efektif seperti pameran, pelatihan, dan kolaborasi dengan komunitas seni telah diterapkan guna mencapai keuntungan finansial dan pertumbuhan usaha. Meski demikian, potensi pemasaran yang ada masih sangat terbuka untuk dioptimalkan. Optimalisasi tersebut diyakini akan memperkuat posisi pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha para pengrajin dengan cara inovatif. Kurangnya keterampilan dalam strategi pemasaran, terbatasnya akses informasi, serta kurangnya pemanfaatan

teknologi digital dalam mempromosikan produk menjadi faktor penghambat. Karena itu, studi ini ditujukan untuk mengevaluasi strategi yang diterapkan oleh kepala lembang Rea TulakLangi guna mengoptimalkan pemasaran kain tenun dan memanfaatkan potensi yang ada secara efektif.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Kepala Lembang Dalam Meningkatkan Pemasaran Kain Tenun Di Rea Tulak Langi' Kabupaten Tana Toraja dengan Teknik Pemasaran Digital?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengidentifikasi strategi Kepala Lembang dalam Meningkatkan Pemasaran Kain Tenun Di Lembang Rea Tulak Langi'

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, penulis akan memperoleh manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Mampu memberikan sumbangsih pemikiran bagi pembaca mengenai pemahaman tentang pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks pemasaran produk kerajinan tradisional dan lokal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan panduan bagi kepala lembang atau pihak terkait dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan dan eksistensi kain tenun Toraja.

E. Sistematika penulisan

Secara acuan dalam tulisan ini maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

- BAB I** Pendahuluan, dalam bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II** Landasan Teori, dalam bab ini, penulis menguraikan tentang pengertian strategi, manajemen, dan Pemasaran dalam Meningkatkan Pemasaran Kain Tenun di Lembang Rea Tulak Langi' Tana Toraja.
- BAB III** Metode Penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang diantaranya jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, informan, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, menyajikan hasil penelitian dan analisis terhadap strategi pemasaran yang diterapkan di Lembang Rea Tulak Langi'