

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TOKO RAHMAN DI
KELURAHAN REMBON KABUPATEN TANA TORAJA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen
Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja sebagai persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag.)**

**IRMA TARRU' PADANG
3020218500**

**Program Studi Kepemimpinan Kristen
FAKULTAS BUDAYA DAN KEPEMIMPINAN KRISTEN
INSTITUT AGAMA KRISTEN NEGERI (IAKN) TORAJA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Toko Rahman di Kelurahan Rembon
Kabupaten Tana Toraja

Di susun oleh :

Nama : Irma Tarru' Padang

NIRM : 3020218500

Program Studi : Kepemimpinan Kristen

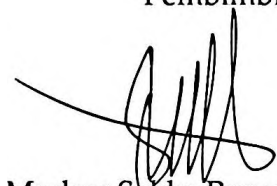
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen

Setelah dikonsultasikan, dikoreksi, dan diperbaiki berdasarkan arahan dosen pembimbing, maka skripsi tersebut disetujui untuk dipertahankan pada ujian skripsi yang diselenggarakan oleh Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen, Institut Agama Kristen Negeri Toraja.

Tana Toraja, 9 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Pembimbing I,



Markus Sakke Pauranan, S.E., M.Ag.
NIDN. 2229039301

Pembimbing II,



Sernilia Malino, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 2209108901

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Toko Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja

Disusun oleh :

Nama : Irma Tarru' Padang
Nirm : 3020218500
Prodi : Kepemimpinan Kristen
Fakultas : Budaya dan KepemimpinanKkristen

Dibimbing oleh :

I. Markus sakke Pauranan, S.E., M.Ag.
II. Sernilia Malino, M.Pd.

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada ujian Sarjana (S-1) Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja tanggal 16 Desember 2025 dan diyudisium tanggal 29 Desember 2025

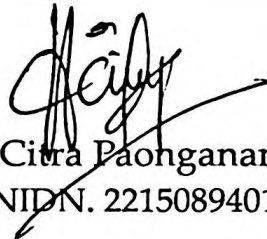
Dewan Penguji

Penguji Utama,



Sriyanti Rahayu Pabebang, M.M.
NIDN. 2202049701

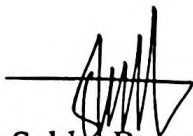
Penguji Pendamping,



Anissa Citra Paongan, M.Pd.
NIDN. 2215089401

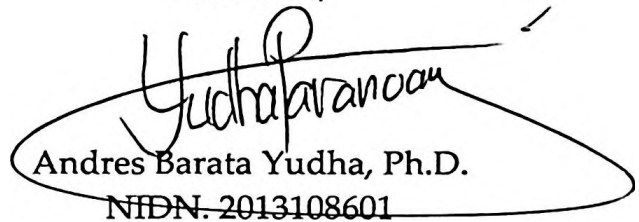
Panitia Ujian Skripsi

Ketua,



Markus Sakke Pauranan, S.E., M.Ag.
NIDN. 2229039301

Sekretaris,



Andres Barata Yudha, Ph.D.
NIDN. 2013108601

Mengetahui
Dekan,



Dr. Calvin Sholla Rupa, M.Th.
NIDN. 2208108201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Tarru' Padang
Nirm : 3020218500
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen
Program Studi: Kepemimpinan Kristen
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Toko Rahman di Kelurahan
Rembon Kabupaten Tana Toraja

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi tersebut adalah merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang dengan jelas disebutkan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi merupakan hasil saduran atau jiplakan dari karya orang lain, maka pihak kampus IAKN Toraja melalui rektor, berhak untuk mencabut gelar dan ijazah yang telah diberikan kepada saya.

Tana Toraja, 20 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Irma Tarru' Padang
NIRM. 3020218500

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Tarru' Padang
Nirm : 3020218500
Fakultas : Budaya dan Kepemimpinan Kristen

Dengan ini menyatakan untuk memberikan ijin kepada pihak IAKN Toraja yaitu **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah skripsi yang berjudul:

" Analisis Strategi Pemasaran Toko Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja".

Dengan ini pihak IAKN Toraja berhak menyimpan, mengelolah, dalam pangkalan data (database) mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikan sebagai dari skripsi ini (Bab 1 sampai Bab 5) pada repository perguruan tinggi untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama sebagai penulis skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tana Toraja, 20 Januari 2026
Yang membuat pernyataan



Irma Tarru' Padang
NIRM. 3020218500

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Kecilku Ini Kepada :

1. Sang Juru Selamat Tuhan Yesus Kristus yang selalu senantiasa mengiringi langkah dan masa depan penulis yang penuh dengan harapan.
2. Kepada kedua orang tuaku ayahku tercinta Stefanus Tarru' Padang dan ibuku tersayang Imelda Mangesa yang telah memberikan doa, dukungan, cinta dan pengorbanan yang tak ternilai. Terimakasih buat perjuangan yang tangguh meskipun ayah dan ibuku tidak pernah duduk dibangku kuliah namun mereka berhasil membuat anak keduanya menempuh pendidikan sampai sarjana.
3. Kepada Kakakku tersayang, Irpan Tarru' Padang terimakasih juga atas materi, doa dan dukungan yang selalu diberikan saya.
4. Kepada keempat adik-adikku tersayang, Isna Tarru' Padang, Isky Tarru' Padang, Inri Tarru' Padang, Theo Tarru' Padang. Terimakasih juga buat doa dan dukungan kalian yang begitu luar biasa, ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini. Dan karena kalianlah saya lebih semangat dalam menempuh sarjana.

HALAMAN MOTTO

“Dalam setiap paragraf skripsi ini tersimpan cerita tentang perjuangan, keraguan, dan harapan karena ilmu bukan hanya tentang apa yang dipahami, tapi juga tentang bagaimana kita tumbuh dalam proses memahaminya.”

“Lelah boleh singgah, tapi menyerah bukan pilihan bagi jiwa yang telah berjuang sejauh ini.”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja. Penelitian ini menggunakan teori strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi sebagai landasan analisis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan melibatkan 15 informan yang terdiri dari pemilik toko, karyawan, dan konsumen. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Toko Rahman pada aspek produk dan harga telah diterapkan dengan cukup baik. Produk yang dijual tergolong lengkap, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta harga yang ditetapkan relatif terjangkau dan mampu bersaing dengan toko lain. Dari aspek tempat, lokasi toko dinilai strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen, namun masih terdapat keterbatasan fasilitas parkir, khususnya bagi kendaraan roda empat. Sementara itu, aspek promosi masih menjadi kelemahan karena belum dilakukan secara optimal dan konsisten, terutama dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Toko Rahman telah berjalan cukup efektif, namun masih perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek promosi dan fasilitas pendukung. Penelitian ini merekomendasikan agar Toko Rahman mempertahankan strategi yang sudah berjalan baik serta mengembangkan strategi promosi yang lebih kreatif dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing dan keberhasilan pemasaran secara menyeluruh.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Usaha Ritel, Toko Rahman.

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the marketing strategies implemented by Rahman Store in Rembon Village, Tana Toraja Regency. The study is based on marketing strategy theory using the marketing mix approach, which includes product, price, place, and promotion as the main indicators of analysis. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving 15 informants consisting of the store owner, employees, and consumers. Data analysis was carried out through data reduction, data display, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source triangulation.

The results of the study indicate that the marketing strategies of Rahman Store in terms of product and price have been implemented quite effectively. The products offered are complete, of good quality, and meet community needs, while the prices are relatively affordable and competitive. In terms of place, the store's location is considered strategic and easily accessible; however, there are limitations in supporting facilities, particularly parking space for four-wheeled vehicles. Meanwhile, promotion is identified as the weakest aspect, as it has not been conducted consistently and optimally, especially in utilizing social media as a promotional medium. Based on these findings, it can be concluded that Rahman Store's marketing strategies are generally effective but still require improvement, particularly in promotional activities and supporting facilities. This study recommends that Rahman Store maintain its effective strategies while enhancing more creative and sustainable promotional efforts to improve overall marketing performance and competitiveness.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Retail Business, Rahman Store.