

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Keberhasilan kompetisi dari perusahaan di dunia bisnis yang saat ini persaingannya semakin ketat begitu ditentukan dari efektivitas pelaksanaan strategi pemasaran. Arti dari strategi pemasaran secara garis besar yaitu sebuah rancangan umum tentang berbagai tahap untuk mewujudkan target pasar perusahaan. Tahap tersebut meliputi penguatan citra merek, peningkatan penjualan sampai mewujudkan kondisi unggul bila dibandingkan dengan kompetitor.<sup>1</sup>

Untuk mewujudkan target yang dikehendaki individu maupun kelompok, dibutuhkan berbagai tindakan terukur, diantaranya tindakan itu berawal dari sebuah rencana sampai diakhiri melalui evaluasi. Pada tahap ini diperlukan tindakan serius dan ketepatan strategi agar tujuan bisa diwujudkan melalui tindakan efektif dan efisien.<sup>2</sup> Pada dunia bisnis yang saat ini begitu ketat persaingannya, diperlukan strategi yang tepat untuk memperoleh keunggulan. Organisasi yang berhasil merumuskan dan mengimplementasikan strategi efektif akan lebih unggul dalam menarik pelanggan, memperluas pangsa

---

<sup>1</sup>M Mirza Iksanudin & Rini Ratna Nafita Sari, "Analisis Strategi Pemasaran Digital E-Commerce Pada Zewearsy.Com," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (November 2025): 614.

<sup>2</sup>Deradjat M Sasoko, "Pentingnya Perencanaan Dalam Upaya Pencapaian Tujuan Yang Efektif Dan Efisien," *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif (JPIAN)* 21, no. 2 (2022): 83.

pasar, serta mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Oleh karena itu, perencanaan strategi memiliki dampak signifikan terhadap efektivitas organisasi, sehingga harus menjadi prioritas bagi para pemimpin dan pengambil keputusan.<sup>3</sup> Jadi bisa diartikan bahwa perencanaan strategi mempunyai posisi begitu krusial untuk menentukan efektivitas pencapaian organisasi. Melalui perumusan strategi yang terarah dan jelas, menjadikan organisasi bisa mengimplementasikan target spesifik demi mengembangkan cara untuk merealisasikannya.<sup>4</sup>

Strategi adalah tahap perencanaan yang mengarahkan pemimpin untuk mengelola sumber daya secara efisien demi merealisasikan tujuan masa depan serta menyusun berbagai tahap yang sistematis.<sup>5</sup> Arti dari strategi pemasaran yaitu merupakan teknik supaya memperoleh keunggulan bersaing yang sifatnya berkelanjutan, baik untuk perusahaan yang membuat berbagai barang atau jasa. Strategi juga biasa dianggap menjadi pondasi utama pada pembuatan rencana perusahaan secara lengkap, sehingga seluruh aktivitas bisnis dapat terarah dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>6</sup> Di Toraja, persaingan bisnis antar toko semakin meningkat, salah satunya adalah Toko Rahman, toko ini berhasil bersaing dengan toko-toko lainnya yang berada di sekitar Toko Rahman,

---

<sup>3</sup>Siti Nur Julianti, Sutantri, dan Iva Khoiril Mala, "Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Efektivitas Pencapaian Organisasi," *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner* 8, no. 6 (2024): 559.

<sup>4</sup>Ibid., 566.

<sup>5</sup>Juwita Nur Aisyah et al., "Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi," *JMPAI: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 3 (2024): 147.

<sup>6</sup>Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo)" 29, no. 1 (2015): 59.

sehingga Toko Rahman ini berhasil bersaing dengan menawarkan produk-produk yang diminati oleh konsumen.

Toko Rahman merupakan sebuah toko sembako di Kelurahan Rembon, Kabupaten Tana Toraja yang beroperasi sejak tahun 1993 sampai sekarang. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan oleh penulis, diketahui Toko Rahman berada di pinggir jalan yang dekat dengan fasilitas umum seperti SD, SMP, dan Polsek. Toko Rahman ini menjual berbagai jenis sembako, kebutuhan alat mandi, barang kosmetik dan lain sebagainya. Toko Rahman mulai beroperasi dari jam 07.00 sampai 20.00 WITA, dimana pengunjung yang datang dalam satu harinya berkisaran 150-200 orang per hari. Dalam sehari, Toko ini mampu menghasilkan omzet Rp30.000.000,00 setiap harinya. Oleh karena itu, penting untuk melihat strategi pemasaran apa yang dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan omzet pada toko tersebut.<sup>7</sup>

Dalam penelitian terdahulu oleh Latifah Evi Nuraini, Putri Apria Ningsih, Nurlia Fusfita dalam judulnya Analisis Strategi Pemasaran Toko Kelontong Dalam Menghadapi Toko Modern Menggunakan Analisis SWOT di Rimbo Bujang.<sup>8</sup> Perbedaan penelitian ini selain terletak pada aspek tertentu dari lokasi yang berbeda dan waktu yang berbeda, perbedaan lainnya terletak dimana penelitian ini berfokus pada menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Toko

---

<sup>7</sup>Maryam Zinuddin/ Pemilik, Wawancara oleh penulis, Rembon 13 September 2025.

<sup>8</sup>Latifah Evi Nuraini, Putri Apria Ningsih, dan Nurlia Fusfita, "Analisis Strategi Pemasaran Toko Kelontong Dalam Menghadapi Toko Modern Menggunakan Analisis SWOT Di Rimbo Bujang (Studi Pada Toko Evan)," *Jurnal Studi Multidisipliner* 8, no. 6 (2024): 1181–1187.

Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja, sedangkan fokus penelitian terdahulu yaitu untuk menguji pengaruh inovasi produk, keunggulan bersaing, dan strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran.

Dian Febrianti, Halimah, Muhammad Qamaruddin dalam judulnya “Analisis Strategi Baruan Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rahman Cell Banjarbaru” menyimpulkan jika terdapat pengaruh signifikan dari strategi pemasaran pada peningkatan penjualan pada toko Rahman Cell di Banjarbaru.<sup>9</sup> Pada penelitian tersebut metode yang digunakan adalah kualitatif. Walaupun kedua penelitian ini mempunyai metode sama, tetapi temuannya tidak sama yaitu terkait pada strategi pemasaran dalam sebuah usaha.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penulis membuat kesimpulan tulisan ini dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Toko Rahman Di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja”**.

## B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran Toko Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja?

---

<sup>9</sup>Dian Febrianti, Halimah, dan Muhammad Qamaruddin, “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rahman Cell Banjarbaru,” *Jurnal EKOBIS-DA; Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2023): 32–39.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Toko Rahman di Kelurahan Rembon Kabupaten Tana Toraja.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

##### a. IAKN Toraja

Diharapkan penelitian ini bisa memperkaya pada pengembangan ilmu, termasuk kepada penelitian analisis strategi pemasaran.

##### b. Program Studi Kepemimpinan Kristen

Diharapkan penelitian ini bisa menambah tentang penguatan pengembangan ilmu pengetahuan di Program Studi Kepemimpinan Kristen terutama pada mata kuliah yang bersangkutan dan berkaitan.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa memperluas wawasan baru untuk pembaca, khususnya yaitu bagi peneliti sendiri dan para pengusaha untuk menyesuaikan strategi pemasaran. Selain itu penelitian ini juga bisa berkontribusi untuk pelaku usaha supaya mengerti tentang strategi pemasaran yang efektif demi meningkatkan dan mempertahankan omzet bisnis.

### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diartikan sebagai acuan yang digunakan oleh penulis dalam mengatur, menyusun serta melakukan klasifikasi data sesuai data

yang diperoleh dari observasi yang valid. Pada laporan penulisan penelitian ini sistematika penulisannya yaitu:

Bab I Pendahuluan, pada bagian ini membahas tentang pendahuluan yang memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini membahas tentang teori yang digunakan seperti pengertian strategi, pengertian pemasaran, strategi pemasaran dan indikator strategi pemasaran.

Bab III Jenis Penelitian, pada bagian ini membahas tentang metode penelitian, gambaran umum lokasi penelitian, tempat penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, informan, teknik analisis data, pengujian keabsahan data dan jadwal penelitian.

Bab IV Temuan dan Analisis Penelitian, yang membahas tentang hasil temuan dilapangan dan menganalisis hasil temuan yang ada.

Bab V Penutup, pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari keseluruhan tulisan penelitian ini serta memberikan saran.