

## IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS STRATEGI PORTER DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA

Riski Difa Putra<sup>1\*</sup>, Ema Nurzainul Hakimah<sup>2</sup>, Moch. Wahyu Widodo<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[riskidifaputra@gmail.com](mailto:riskidifaputra@gmail.com)\*

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk: 26/06/2026

Tanggal Revisi: 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

### Abstract

*This study aims to analyze the implementation of Porter's generic strategies in facing business competition at Toko Pojok Suwarno, Kediri. The research employed a qualitative descriptive approach with a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation involving the store owner, employee, and loyal customer as research informants. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that Toko Pojok Suwarno implements Porter's generic strategies through cost leadership, differentiation, and focus targeting. Cost leadership is achieved through operational efficiency and competitive pricing. Differentiation is reflected in personalized service and close customer relationships, while focus targeting is implemented by concentrating on local community needs. The novelty of this study lies in identifying social relationship-based differentiation as the most dominant strategy in maintaining competitiveness and business sustainability among traditional retail stores.*

**Keywords:** *Business Management, Strategy, Competitive Advantage, Traditional Retail*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi generik Porter dalam menghadapi persaingan usaha di Toko Pojok Suwarno, Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan pemilik toko, karyawan, dan pelanggan setia sebagai informan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, termasuk reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pojok Suwarno mengimplementasikan strategi generik Porter melalui kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan penargetan fokus. Kepemimpinan biaya dicapai melalui efisiensi operasional dan penetapan harga yang kompetitif. Diferensiasi tercermin dalam layanan yang dipersonalisasi dan hubungan pelanggan yang erat, sedangkan penargetan fokus diimplementasikan dengan berkonsentrasi pada kebutuhan masyarakat setempat. Kebaruan penelitian ini terletak pada identifikasi diferensiasi berbasis hubungan sosial sebagai strategi yang paling dominan dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan bisnis di antara toko ritel tradisional.

**Kata Kunci:** *Manajemen Bisnis, Strategi, Keunggulan Bersaing, Ritel Tradisional*

## PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perdagangan ritel di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen, dan meningkatnya jumlah ritel modern. Kondisi tersebut menciptakan persaingan usaha yang semakin ketat, tidak hanya bagi perusahaan besar tetapi juga bagi pelaku usaha ritel tradisional. Kehadiran minimarket dan berbagai bentuk ritel modern yang menawarkan kenyamanan berbelanja, sistem pelayanan yang terstandarisasi, serta pemanfaatan teknologi menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhannya. Akibatnya, toko ritel tradisional dituntut untuk mampu beradaptasi dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar tetap bertahan dan memiliki daya saing.

Toko ritel tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari sekaligus menjadi sarana interaksi sosial antara penjual dan pelanggan. Kedekatan hubungan sosial tersebut merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki toko tradisional dibandingkan ritel modern. Namun demikian, perubahan pola konsumsi masyarakat dan meningkatnya jumlah ritel modern menyebabkan toko tradisional menghadapi tantangan yang semakin besar dalam mempertahankan pelanggan dan keberlangsungan usahanya. [1] menunjukkan bahwa pedagang tradisional memerlukan manajemen pemasaran dan strategi yang tepat agar

mampu bersaing dengan pasar modern dan mempertahankan eksistensi usahanya. Keberlangsungan usaha yang di bangun dari keunggulan bersaing adalah hal yang harus di ciptakan oleh pelaku usaha.

Dalam menghadapi persaingan usaha, penerapan manajemen pemasaran menjadi faktor yang sangat penting. Manajemen pemasaran tidak hanya berfokus pada aktivitas penjualan, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran yang bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus mencapai tujuan usaha[2]. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk membangun keunggulan bersaing adalah strategi kompetitif Porter yang terdiri dari *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus strategy*[3]. Strategi *cost leadership* berorientasi pada efisiensi biaya sehingga mampu menawarkan harga yang kompetitif, strategi *differentiation* menekankan penciptaan keunikan yang membedakan usaha dari pesaing, sedangkan *focus strategy* berfokus pada pelayanan terhadap segmen pasar tertentu secara lebih spesifik[3].

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas strategi pemasaran pada usaha kecil dan ritel tradisional. Wardhana menemukan bahwa strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya saing usaha melalui peningkatan kualitas pelayanan dan promosi[3]. Setyariningsih dan Utami menjelaskan bahwa pedagang pasar tradisional mempertahankan pelanggan melalui harga yang kompetitif dan hubungan sosial yang baik [4]. Hakimah dan Samari menemukan bahwa hubungan sosial dan pelayanan personal menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha ritel tradisional [5]. Sementara itu, Kusuma dan Putra menunjukkan bahwa perkembangan pasar modern berdampak pada penurunan jumlah pelanggan usaha tradisional sehingga diperlukan inovasi pemasaran untuk mempertahankan keberlangsungan usaha [6].

Penelitian mengenai manajemen pemasaran dan strategi manajemen pada usaha belum banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada strategi pemasaran secara umum, pelayanan pelanggan, atau dampak perkembangan pasar modern terhadap usaha tradisional. Penelitian yang secara khusus mengkaji implementasi manajemen pemasaran berdasarkan strategi kompetitif Porter yang meliputi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus strategy* pada toko ritel tradisional masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu juga belum banyak mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor kendala dalam penerapan strategi tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya research gap yang perlu diteliti lebih lanjut.

Toko Pojok Suwarno di Kota Kediri merupakan salah satu toko ritel tradisional yang mampu bertahan di tengah persaingan dengan ritel modern. Toko ini menerapkan berbagai strategi pemasaran, seperti penetapan harga yang kompetitif, pelayanan personal kepada pelanggan, serta fokus pada pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar. Keunikan tersebut menjadikan Toko Pojok Suwarno menarik untuk dikaji sebagai objek penelitian dalam memahami implementasi strategi kompetitif Porter pada usaha ritel tradisional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen pemasaran berbasis strategi Porter yang meliputi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus strategy* pada Toko Pojok Suwarno dalam menghadapi persaingan usaha, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan kendala yang memengaruhi penerapan strategi tersebut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan teori strategi kompetitif Porter sebagai analisis utama dalam mengkaji implementasi manajemen pemasaran pada toko ritel tradisional. Penelitian ini tidak hanya menganalisis strategi pemasaran secara umum, tetapi secara khusus mengeksplorasi penerapan strategi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus strategy* yang di lakukan oleh Toko Pojok Suwarno. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat implementasi strategi tersebut sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai upaya toko ritel tradisional dalam mempertahankan daya saing di tengah perkembangan ritel modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan strategi pemasaran usaha ritel tradisional.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam implementasi manajemen pemasaran berbasis strategi Porter pada Toko Pojok Suwarno dalam menghadapi persaingan usaha. penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari individu atau kelompok terkait suatu fenomena sosial tertentu [7]. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam konteks yang nyata.

Objek penelitian adalah Toko Pojok Suwarno yang berlokasi di Jl. Sriwijaya No. 87, Desa Kemasan, Kota Kediri. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa toko tersebut merupakan salah

satu ritel tradisional yang masih mampu bertahan di tengah perkembangan ritel modern. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2025 sampai Februari 2026.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap informan yang terlibat dalam aktivitas usaha. Data sekunder diperoleh dari dokumen usaha, jurnal ilmiah, buku, serta berbagai literatur yang relevan dengan manajemen pemasaran dan strategi kompetitif Porter. data sekunder berfungsi sebagai data pendukung yang membantu peneliti memahami fenomena penelitian secara lebih komprehensif [8].

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik penjurangan informan 5R. Menurut Kamayanti yang dikutip oleh Puspasari dan Zulistiani, teknik 5R terdiri atas *Relevance*, *Recommendation*, *Rapport*, *Readiness*, dan *Reassurance*. *Relevance* menunjukkan bahwa informan harus memiliki keterkaitan langsung dengan fenomena yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. *Recommendation* berarti informan dipilih berdasarkan rekomendasi dari pihak yang memahami objek penelitian dan mengetahui individu yang memiliki pengetahuan terkait masalah yang diteliti. *Rapport* menekankan pentingnya hubungan yang baik antara peneliti dan informan agar tercipta suasana yang nyaman dalam proses pengumpulan data. *Readiness* menunjukkan kesiapan informan untuk berpartisipasi dan memberikan informasi secara sukarela. Sementara itu, *Reassurance* berkaitan dengan keyakinan peneliti bahwa informan mampu memberikan data yang benar, jujur, dan dapat dipercaya sehingga mendukung kredibilitas hasil penelitian[9]. Selain itu, [10] menegaskan bahwa pemilihan informan dalam penelitian kualitatif harus mempertimbangkan kesesuaian informan dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh lebih kaya dan mendalam. Berdasarkan kriteria tersebut, informan penelitian terdiri atas pemilik Toko Pojok Suwarno sebagai informan utama, satu orang karyawan toko, dan satu orang pelanggan tetap.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas operasional toko, pelayanan pelanggan, serta implementasi strategi pemasaran yang diterapkan. Wawancara semi terstruktur digunakan untuk menggali informasi mengenai implementasi strategi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus targeting* serta faktor pendukung dan kendala yang dihadapi toko dalam menghadapi persaingan usaha. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data berupa profil usaha, foto kegiatan operasional, dan dokumen pendukung lainnya.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan [11]. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh temuan yang valid dan dapat dipercaya.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik toko, karyawan, dan pelanggan tetap sehingga diperoleh kesesuaian informasi mengenai implementasi strategi Porter yang diterapkan oleh Toko Pojok Suwarno. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian [12].

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Pojok Suwarno yang berlokasi di Jl. Sriwijaya No. 87, Desa Kemas, Kota Kediri. Toko ini merupakan usaha ritel tradisional yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Berdasarkan hasil observasi, toko memiliki lokasi yang strategis karena berada di kawasan permukiman dan dekat dengan akses jalan utama sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Informan penelitian terdiri atas pemilik toko, karyawan, dan pelanggan tetap yang dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dalam aktivitas usaha dan pemahaman terhadap strategi pemasaran yang diterapkan.

**Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian**

| Kode   | Inisial Informan       | Usia      | Peran           | Karakteristik                     |
|--------|------------------------|-----------|-----------------|-----------------------------------|
| I Ke 1 | Wiji Lestari           | ±50 Tahun | Pemilik Toko    | Ramah, komunikatif, berpengalaman |
| I Ke 2 | Aditya Febri Wicaksono | ±20 Tahun | Karyawan Toko   | Aktif, memahami operasional toko  |
| I Ke 3 | Yuli                   | ±20 Tahun | Pelanggan Tetap | Loyal, rutin berbelanja           |

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 1, informan penelitian terdiri atas pihak-pihak yang memiliki keterlibatan langsung dengan aktivitas usaha Toko Pojok Suwarno. Pemilik toko menjadi informan utama karena memahami seluruh proses pengelolaan usaha dan strategi pemasaran yang diterapkan. Karyawan toko dipilih karena terlibat langsung dalam operasional dan pelayanan sehari-hari, sedangkan pelanggan tetap dipilih untuk memberikan perspektif mengenai kualitas pelayanan, harga, dan alasan memilih berbelanja di toko tersebut.

Berdasarkan tahapan tersebut, alur analisis data dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Pengumpulan Data → Reduksi Data → Penyajian Data → Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan

Hasil pengumpulan Data melalui wawancara dengan ketiga informan dapat di tabulasi sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Wawancara Informan K1 (Pemilik Toko)**

| No. | Pertanyaan                                                                                                                | Jawaban Informan K1 (Pemilik Toko)                                                                                                                                                    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Bagaimana cara Toko Pojok Suwarno menetapkan harga produk agar tetap mampu bersaing dengan toko lain maupun ritel modern? | Harga ditetapkan dengan mengambil keuntungan yang relatif kecil sehingga tetap terjangkau bagi masyarakat sekitar dan mampu bersaing dengan toko lain maupun minimarket.              |
| 2   | Apa saja upaya yang dilakukan toko untuk menekan biaya operasional sehingga harga produk tetap terjangkau bagi pelanggan? | Pemilik memanfaatkan tenaga kerja keluarga, menghemat penggunaan listrik, dan mengurangi pengeluaran yang tidak diperlukan agar biaya operasional tetap rendah.                       |
| 3   | Bagaimana Anda mencari pemasok untuk menyuplai barang dagangan toko ini?                                                  | Pemilik memilih distributor atau pemasok yang menawarkan harga lebih murah, kualitas barang baik, serta memiliki hubungan kerja sama yang sudah terjalin lama.                        |
| 4   | Bagaimana Anda menekan biaya penyimpanan barang yang akan kedaluwarsa atau sudah kedaluwarsa?                             | Pemilik rutin memeriksa stok barang dan memprioritaskan penjualan barang yang mendekati masa kedaluwarsa agar tidak menimbulkan kerugian.                                             |
| 5   | Bagaimana Anda menekan biaya transportasi pada saat mengirimkan order barang?                                             | Sebagian besar barang diantar langsung oleh distributor sehingga toko tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi tambahan.                                                           |
| 6   | Bagaimana cara toko ini melakukan promosi?                                                                                | Promosi dilakukan secara sederhana melalui rekomendasi pelanggan ( <i>word of mouth</i> ) dan hubungan sosial yang baik dengan masyarakat sekitar.                                    |
| 7   | Siapa target pelanggan utama Toko Pojok Suwarno dan bagaimana cara toko mempertahankan pelanggan tersebut?                | Target utama adalah masyarakat sekitar, khususnya ibu rumah tangga. Pelanggan dipertahankan melalui pelayanan ramah, harga terjangkau, dan ketersediaan barang kebutuhan sehari-hari. |
| 8   | Apa saja kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan usaha?                     | Kendala utama adalah persaingan dengan minimarket modern, perubahan perilaku konsumen, dan keterbatasan pemanfaatan teknologi pemasaran digital.                                      |
| 9   | Apa keunggulan atau perbedaan yang dimiliki Toko Pojok Suwarno dibandingkan toko pesaing?                                 | Keunggulan utama terletak pada hubungan yang dekat dengan pelanggan, pelayanan yang lebih personal, serta fleksibilitas dalam melayani kebutuhan pelanggan.                           |

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti 2026

**Tabel 3. Hasil Wawancara Informan K2 (Karyawan Toko)**

| No. | Pertanyaan                                                                                       | Jawaban Informan K2 (Karyawan)                                                                                                                                                                                  |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Bagaimana pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan di Toko Pojok Suwarno?                          | Pelayanan dilakukan secara cepat, ramah, dan membantu pelanggan menemukan barang yang dibutuhkan.                                                                                                               |
| 2   | Menurut Anda, apa yang membedakan pelayanan Toko Pojok Suwarno dengan toko lain?                 | Hubungan dengan pelanggan lebih akrab karena sebagian besar pelanggan sudah dikenal secara pribadi oleh pemilik maupun karyawan.                                                                                |
| 3   | Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap harga produk yang ditawarkan toko?                        | Sebagian besar pelanggan menilai harga produk cukup terjangkau dan sesuai dengan kemampuan masyarakat sekitar.                                                                                                  |
| 4   | Produk apa yang paling sering dicari pelanggan dan bagaimana toko memenuhi kebutuhan tersebut?   | Produk yang paling banyak dicari adalah kebutuhan pokok seperti beras, minyak goreng, gula, telur, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Toko selalu berupaya menjaga ketersediaan stok produk tersebut. |
| 5   | Apa tantangan yang sering dihadapi dalam melayani pelanggan di tengah persaingan usaha saat ini? | Pelanggan sering membandingkan harga dengan minimarket serta mulai meminta kemudahan pembayaran digital yang belum sepenuhnya tersedia.                                                                         |

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti 2026

**Tabel 4. Hasil Wawancara Informan K3 (Pelanggan Tetap)**

| No | Pertanyaan                                                                                                             | Jawaban Informan K3 (Pelanggan Tetap)                                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Apa alasan Anda memilih berbelanja di Toko Pojok Suwarno?                                                              | Lokasi toko dekat dengan tempat tinggal, harga terjangkau, dan barang kebutuhan sehari-hari tersedia cukup lengkap.  |
| 2  | Bagaimana pendapat Anda mengenai harga produk yang ditawarkan dibandingkan toko lain?                                  | Harga produk dinilai cukup bersaing dan masih terjangkau dibandingkan beberapa toko lain di sekitar.                 |
| 3  | Menurut Anda, apa kelebihan Toko Pojok Suwarno dibandingkan toko pesaing?                                              | Pemilik dan karyawan lebih ramah, pelanggan sudah saling mengenal, dan suasana belanja terasa lebih nyaman.          |
| 4  | Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik maupun karyawan toko?                                         | Pelayanan dinilai baik, ramah, cepat, dan selalu membantu ketika pelanggan membutuhkan informasi mengenai produk.    |
| 5  | Apakah Anda tetap memilih berbelanja di Toko Pojok Suwarno meskipun terdapat toko atau ritel lain di sekitar? Mengapa? | Ya, karena sudah merasa nyaman, lokasinya dekat, harga sesuai, dan hubungan dengan pemilik toko sudah terjalin baik. |

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berikut adalah tabel reduksi data:

**Tabel 5. Upaya Menekan Biaya untuk Penentuan Harga Pokok Penjualan Produk**

| No | Sumber Data  | Data Hasil Wawancara                                                                                          | Hasil Reduksi Data                                                                        |
|----|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Pemilik Toko | Harga ditetapkan dengan mengambil keuntungan kecil agar tetap terjangkau dan mampu bersaing dengan toko lain. | Penetapan harga dilakukan dengan margin keuntungan rendah untuk menjaga daya saing harga. |
| 2  | Pemilik Toko | Menggunakan tenaga kerja keluarga dan melakukan penghematan biaya operasional.                                | Efisiensi biaya operasional dilakukan untuk menekan biaya usaha.                          |
| 3  | Pemilik Toko | Memilih distributor dengan harga lebih murah dan menjalin kerja sama jangka panjang.                          | Pemilihan pemasok dilakukan berdasarkan harga yang kompetitif dan hubungan kerja sama.    |

| No | Sumber Data  | Data Hasil Wawancara                                                                          | Hasil Reduksi Data                                                                  |
|----|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | Pemilik Toko | Barang yang mendekati kedaluwarsa dipantau dan segera dijual agar tidak menimbulkan kerugian. | Pengelolaan persediaan dilakukan untuk meminimalkan biaya penyimpanan dan kerugian. |
| 5  | Pemilik Toko | Sebagian besar barang diantar oleh distributor.                                               | Pengiriman oleh distributor membantu menekan biaya transportasi.                    |

Sumber: Data diolah Peneliti 2026

Kesimpulan Reduksi: Toko Pojok Suwarno menerapkan strategi *cost leadership* melalui pengendalian biaya operasional, pemilihan pemasok yang ekonomis, pengelolaan stok yang efektif, serta efisiensi biaya transportasi sehingga harga jual produk tetap kompetitif.

**Tabel 6. Efisiensi dalam Strategi Pemasaran**

| No | Sumber Data  | Data Hasil Wawancara                                                                     | Hasil Reduksi Data                                                                 |
|----|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Pemilik Toko | Promosi dilakukan dari mulut ke mulut melalui pelanggan dan masyarakat sekitar.          | Promosi menggunakan metode <i>word of mouth</i> yang tidak memerlukan biaya besar. |
| 2  | Pemilik Toko | Hubungan baik dengan pelanggan menjadi sarana memperkenalkan toko kepada pelanggan baru. | Pemanfaatan jaringan sosial pelanggan sebagai media promosi.                       |
| 3  | Karyawan     | Pelanggan sering datang karena rekomendasi pelanggan lain.                               | Rekomendasi pelanggan menjadi bentuk promosi yang efektif.                         |
| 4  | Pelanggan    | Mengetahui toko dari keluarga atau tetangga yang merekomendasikan.                       | Promosi dari mulut ke mulut terbukti menjangkau pelanggan baru.                    |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Kesimpulan Reduksi: Efisiensi strategi pemasaran dilakukan melalui promosi *word of mouth* dan hubungan sosial dengan pelanggan sehingga toko dapat memperkenalkan usahanya tanpa mengeluarkan biaya promosi yang besar.

**Tabel 7. Pelayanan dan Persepsi Pelayanan untuk Mempertahankan Pelanggan**

| No. | Sumber Data  | Data Hasil Wawancara                                                    | Hasil Reduksi Data                                                 |
|-----|--------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1   | Pemilik Toko | Pelanggan dipertahankan melalui pelayanan ramah dan hubungan yang baik. | Pelayanan ramah menjadi strategi mempertahankan pelanggan.         |
| 2   | Karyawan     | Pelayanan dilakukan secara cepat, ramah, dan membantu pelanggan.        | Kualitas pelayanan berfokus pada kecepatan dan keramahan.          |
| 3   | Karyawan     | Hubungan dengan pelanggan lebih akrab dibanding toko lain.              | Kedekatan sosial menjadi pembeda pelayanan toko.                   |
| 4   | Pelanggan    | Pemilik dan karyawan ramah serta membantu saat berbelanja.              | Pelanggan memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan.   |
| 5   | Pelanggan    | Tetap berbelanja karena merasa nyaman dan sudah mengenal pemilik toko.  | Kenyamanan dan hubungan personal meningkatkan loyalitas pelanggan. |
| 6   | Pelanggan    | Pelayanan cepat dan kebutuhan sehari-hari selalu tersedia.              | Kepuasan pelayanan mendorong pelanggan tetap berbelanja.           |

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Kesimpulan: Pelayanan yang ramah, cepat, dan personal menciptakan persepsi positif di kalangan pelanggan. Kedekatan sosial antara pemilik, karyawan, dan pelanggan menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha.

Berikut hasil wawancara menggunakan analisis studi kasus Miles, yaitu penyajian data:

#### Implementasi Strategi *Cost Leadership*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pojok Suwarno menerapkan strategi *cost leadership* melalui berbagai upaya efisiensi biaya operasional. Pemilik toko berupaya menjaga harga tetap terjangkau dengan mengambil margin keuntungan yang relatif kecil serta menjalin hubungan baik dengan pemasok agar memperoleh harga pembelian yang lebih kompetitif. Selain itu, toko melakukan pengelolaan stok secara rutin untuk mengurangi risiko kerugian akibat barang yang mendekati masa kedaluwarsa.

**Tabel 8. Implementasi Strategi *Cost Leadership* pada Toko Pojok Suwarno**

| Aspek                   | Temuan Penelitian                                                                               |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penetapan Harga         | Harga produk ditetapkan dengan margin keuntungan relatif kecil agar tetap kompetitif.           |
| Efisiensi Operasional   | Memanfaatkan tenaga kerja keluarga untuk menekan biaya operasional.                             |
| Hubungan dengan Pemasok | Menjalin kerja sama jangka panjang dengan distributor untuk memperoleh harga lebih murah.       |
| Pengelolaan Persediaan  | Melakukan pengecekan stok secara berkala untuk menghindari kerugian akibat barang kedaluwarsa.  |
| Distribusi Barang       | Sebagian besar barang dikirim langsung oleh distributor sehingga mengurangi biaya transportasi. |

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa strategi *cost leadership* diterapkan melalui Menekan harga dengan efisiensi biaya operasional, Melakukan hubungan baik dengan pemasok, Memilih jalur distribusi dan transportasi yang efektif dengan pemasok, Menghindari kerugian akibat kerusakan produk/*expired* dengan pengecekan secara rutin.. Strategi tersebut memungkinkan toko menawarkan harga yang kompetitif sehingga mampu mempertahankan pelanggan di tengah persaingan dengan ritel modern.

#### Implementasi Strategi *Differentiation*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi menjadi salah satu keunggulan utama Toko Pojok Suwarno. Diferensiasi dilakukan melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan personal. Hubungan sosial yang erat antara pemilik toko, karyawan, dan pelanggan menciptakan rasa nyaman yang sulit ditemukan pada ritel modern. Selain itu, promosi yang dilakukan masih mengandalkan metode *word of mouth* yang berasal dari rekomendasi pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan toko.

**Tabel 9. Implementasi Strategi *Differentiation* pada Toko Pojok Suwarno**

| Aspek               | Temuan Penelitian                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Pelayanan Pelanggan | Pelayanan diberikan secara ramah, cepat, dan membantu pelanggan.         |
| Hubungan Sosial     | Pemilik dan karyawan memiliki hubungan yang dekat dengan pelanggan.      |
| Promosi             | Promosi dilakukan melalui <i>word of mouth</i> .                         |
| Keunggulan Toko     | Pelayanan personal dan suasana kekeluargaan.                             |
| Loyalitas Pelanggan | Pelanggan tetap berbelanja karena merasa nyaman dan percaya kepada toko. |

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel terlihat bahwa strategi *differentiation* diwujudkan melalui Promosi dan pelayanan mengandalkan jaringan pelanggan. Pelayanan toko mengutamakan keramahan, kecepatan, dan kesiapan. Pelayanan toko memiliki perbedaan dengan toko lain yaitu mengedepankan kekeluargaan, persaudaraan, dan personal. Pelanggan cenderung memilih toko ini di banding toko lain karena pelayanan yang baik.

#### Implementasi Strategi *Focus Targeting* dan Faktor Pendukung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *focus targeting* diterapkan dengan memusatkan perhatian pada masyarakat sekitar sebagai target pasar utama. Toko berupaya menyediakan kebutuhan pokok yang sesuai dengan permintaan pelanggan lokal. Bahkan ketika terdapat produk tertentu yang belum tersedia, pemilik toko berusaha memenuhi kebutuhan tersebut pada pemesanan berikutnya sehingga pelanggan merasa diperhatikan.

**Tabel 10. Implementasi Strategi *Focus Targeting* dan Faktor Pendukung**

| Aspek                        | Temuan Penelitian                                                                             |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Target Pasar                 | Masyarakat sekitar toko.                                                                      |
| Produk Utama                 | Beras, minyak goreng, gula, telur, dan kebutuhan pokok lainnya.                               |
| Pemenuhan Kebutuhan Konsumen | Menyediakan produk sesuai kebutuhan pelanggan sekitar.                                        |
| Faktor Pendukung             | Lokasi strategis, loyalitas pelanggan, pengalaman usaha, dan hubungan sosial yang baik.       |
| Faktor Kendala               | Persaingan minimarket modern, keterbatasan pemasaran digital, dan tuntutan transaksi digital. |

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa strategi *focus targeting* dilakukan melalui Untuk kebutuhan stok penjualan masih mengikuti permintaan pelanggan, Produk yang di cari pelanggan kebanyakan adalah barang kebutuhan pokok, Kemudahan akses dan ketersediaan produk menjadi alasan utama pelanggan memilih berbelanja di Toko Pojok Suwarno. Namun demikian, toko masih menghadapi kendala berupa meningkatnya persaingan dengan minimarket modern, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, serta perubahan perilaku konsumen yang mulai menginginkan kemudahan transaksi digital.

#### **Kendala Implementasi Strategi Pemasaran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pojok Suwarno menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan strategi pemasaran di tengah perkembangan usaha ritel yang semakin kompetitif. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah meningkatnya jumlah ritel modern yang menawarkan fasilitas lebih lengkap, variasi produk yang lebih banyak, serta pemanfaatan teknologi yang lebih maju.

**Tabel 11. Kendala Implementasi Strategi Pemasaran**

| Kendala                             | Dampak terhadap Usaha                                            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Persaingan dengan minimarket modern | Meningkatkan persaingan harga dan layanan                        |
| Keterbatasan pemasaran digital      | Jangkauan promosi menjadi terbatas                               |
| Perubahan perilaku konsumen         | Meningkatnya tuntutan terhadap kemudahan berbelanja              |
| Keterbatasan pembayaran digital     | Sebagian konsumen beralih ke toko dengan fasilitas lebih lengkap |
| Meningkatnya ekspektasi pelanggan   | Menuntut peningkatan kualitas pelayanan                          |

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Penarikan kesimpulan dari hasil wawancara, observasi, dan triangulasi sumber, dapat disimpulkan bahwa Toko Pojok Suwarno telah menerapkan manajemen pemasaran berbasis strategi Porter yang meliputi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus targeting* dalam menghadapi persaingan usaha. Strategi *cost leadership* diterapkan melalui efisiensi biaya operasional, pemilihan pemasok dengan harga yang kompetitif, pengelolaan persediaan barang, serta penetapan harga yang terjangkau bagi pelanggan. Strategi *differentiation* diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan hubungan sosial yang dekat dengan pelanggan sehingga menciptakan kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, strategi *focus targeting* diterapkan dengan memfokuskan pelayanan pada masyarakat sekitar sebagai target pasar utama serta menyediakan kebutuhan pokok yang sesuai dengan kebutuhan konsumen lokal. Keberhasilan penerapan strategi tersebut didukung oleh loyalitas pelanggan, lokasi usaha yang strategis, dan hubungan baik dengan pelanggan. Namun demikian, toko juga menghadapi kendala berupa persaingan dengan ritel modern, perubahan perilaku konsumen, serta keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Secara keseluruhan, penerapan ketiga strategi tersebut mampu membantu Toko Pojok Suwarno mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pojok Suwarno telah menerapkan strategi generik Porter yang terdiri atas *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus targeting* dalam menghadapi persaingan usaha.

*Cost leadership* terlihat dari kemampuan toko menekan biaya operasional melalui pengelolaan persediaan yang baik, penggunaan tenaga kerja keluarga, serta hubungan yang erat dengan pemasok. Strategi tersebut memungkinkan toko menawarkan harga yang kompetitif sehingga tetap mampu bersaing dengan toko lain maupun ritel modern. sejalan dengan penelitian [13] yang menyatakan bahwa penerapan strategi *cost leadership* pada usaha sembako dilakukan melalui efisiensi biaya operasional, pengendalian biaya usaha, serta kemampuan menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada konsumen sebagai upaya mempertahankan daya saing usaha.

*Differentiation*, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan personal dan hubungan sosial yang erat dengan pelanggan menjadi keunggulan utama toko. Temuan ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing usaha ritel tradisional tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kemampuan membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Pelayanan yang ramah dan suasana kekeluargaan menciptakan tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang. Selaras dengan penelitian [5] yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kedekatan hubungan dengan pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan mempertahankan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

*Focus targeting* diterapkan dengan memusatkan pelayanan pada masyarakat sekitar dan menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen lokal. Strategi ini memungkinkan toko memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam dibandingkan pesaing yang melayani pasar lebih luas. Fokus pada segmen pasar tertentu juga membantu toko mempertahankan loyalitas pelanggan meskipun menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Penerapan *focus targeting* toko Pojok Suwarno selaras dengan penelitian [14], dalam strategi 7T bisnis ritel, keberhasilan usaha ritel ditentukan oleh kemampuan menyediakan produk yang tepat, pada tempat yang tepat, dan sesuai kebutuhan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, upaya Toko Pojok Suwarno dalam menyediakan barang sesuai permintaan pelanggan menunjukkan penerapan strategi fokus yang berorientasi pada kebutuhan pasar lokal.

Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha yang dihadapi Toko Pojok Suwarno dalam mengimplementasikan strategi pemasaran adalah meningkatnya persaingan dengan ritel modern, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin menuntut kemudahan dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko dan karyawan, keberadaan minimarket modern memberikan tekanan yang cukup besar karena menawarkan berbagai fasilitas yang lebih lengkap, seperti sistem pembayaran digital, program promosi yang beragam, serta kenyamanan berbelanja yang lebih modern. Kondisi ini menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Pojok Suwarno telah menerapkan strategi Porter yang meliputi *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus targeting* dalam menghadapi persaingan usaha. Strategi *cost leadership* diterapkan melalui efisiensi biaya operasional sehingga toko mampu menawarkan harga yang kompetitif, sedangkan strategi *differentiation* diwujudkan melalui pelayanan personal dan hubungan sosial yang erat dengan pelanggan yang mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, strategi *focus targeting* dilakukan dengan memusatkan perhatian pada kebutuhan masyarakat sekitar sehingga toko dapat memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih tepat. Meskipun demikian, implementasi strategi pemasaran masih menghadapi beberapa kendala, seperti meningkatnya persaingan dengan ritel modern, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan bertransaksi. Namun, melalui pelayanan yang ramah, harga yang terjangkau, dan hubungan sosial yang baik dengan pelanggan, Toko Pojok Suwarno tetap mampu mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi manajemen pemasaran berbasis strategi Porter pada Toko Pojok Suwarno dalam menghadapi persaingan usaha, dapat disimpulkan bahwa toko telah menerapkan tiga strategi generik Porter, yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus targeting*. Strategi *cost leadership* diterapkan melalui efisiensi biaya operasional, pengelolaan persediaan yang baik, serta kerja sama dengan

pemasok untuk memperoleh harga yang kompetitif sehingga produk dapat dijual dengan harga yang terjangkau. Strategi *differentiation* diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan personal, hubungan sosial yang erat dengan pelanggan, serta promosi dari mulut ke mulut yang mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, strategi *focus targeting* dilakukan dengan memusatkan pelayanan pada masyarakat sekitar dan menyediakan kebutuhan pokok yang sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan konsumen lokal.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi strategi pemasaran didukung oleh lokasi usaha yang strategis, loyalitas pelanggan yang tinggi, pengalaman pemilik usaha, serta hubungan sosial yang baik dengan pelanggan. Namun demikian, Toko Pojok Suwarno masih menghadapi beberapa kendala, seperti meningkatnya persaingan dengan ritel modern, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin menginginkan kemudahan transaksi digital. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *differentiation* merupakan strategi yang implementif dan efektif berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha Toko Pojok Suwarno, karena keunggulan utama toko terletak pada pelayanan personal, kedekatan dengan pelanggan, dan kepercayaan yang telah terbentuk dalam jangka panjang, sekaligus memberikan kebaruan bahwa pada usaha ritel tradisional, hubungan sosial dan kedekatan dengan pelanggan menjadi faktor yang paling menentukan dalam mempertahankan daya saing di tengah perkembangan ritel modern. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha ritel tradisional untuk mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pelayanan dan kebutuhan pelanggan, sedangkan bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sitepu K. P., Tampubolon S. A. J., Anisa P., Sitio J. O. T. STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL MENGHADAPI PERSAINGAN dengan PASAR MODERN. *J Ilm Ekon Dan Manaj* 2024;2(10):101–13.
- [2] Kotler P, Armstrong G. *Principles of Marketing*. 17 ed. Harlow: Pearson Education; 2018.
- [3] Wardhana A. *BUSINESS STRATEGY AND POLICY IN THE DIGITAL EDGE*. vol. 2. 2024.
- [4] Eny setyariningsih, Utami B. Strategi Pengembangan Pasar Tanjung Jember Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern. *Pharmacogn Mag* 2021;75:399–405.
- [5] Hakimah E, Samari S. Ethnometodological on Traditional Javanese Retails: Hofstede's Culture Dimensions for Marketing. *Int J Relig Cult Stud* 2023;5:149–62. <https://doi.org/10.34199/ijracs.2023.10.07>.
- [6] Ahmad Wijaya Kusuma, Muhammad Putra. Dinamika Usaha Mikro Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Lokal: Studi Pada Pedagang Pasar Tradisional. *J Cent Publ* 2025;2:2751–7. <https://doi.org/10.60145/jcp.v2i11.549>.
- [7] Creswell JW. *RESEARCH DESING PENDEKATAN KUALITATIF, KUANTITATIF DAN MIXED* 2014.
- [8] Fadli MR. Memahami desain metode penelitian kualitatif 2021;21:33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- [9] Ismayantika Dyah Puspasari, Zulistiani Z. Peraturan Perpajakan PP Nomor 23 Tahun 2018 sebagai Suntikan Hormon bagi Pelaku UMKM (?). *J Nusantara Apl Manaj Bisnis* 2020;5:113–21. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14725>.
- [10] Campbell S, Greenwood M, Prior S, Shearer T, Walkem K, Young S, et al. Purposive sampling: complex or simple? *Research case examples*. *J Res Nurs* 2020;25:652–61. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>.
- [11] Miles MB, Huberman AM, Saldaña J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3 ed. Sage Publications; 2014.
- [12] Creswell JW, Poth CN. *Qualitative Inquiry and Research Design*. vol. 13. 2024.
- [13] Lailiyah SN, Widodo J, Zulianto M. Analisis Strategi Cost Leadership Pada Usaha Sembako UD . Aya Kabupaten Bondowoso 2024;3:27–33.
- [14] Hakimah EN, Muslih B. Penerapan Strategi 7t Bisnis Ritel Dalam E-Commerce (On-Line Shop) Oleh Swalayan Golden Sebagai Media Pemasaran. *Ekonika J Ekon Univ kadiri* 2017;1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.9>.