

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mozeto Busana merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pakaian yang terletak di Jl. Terusan Jamika No. 113 Bandung yang berdiri sejak tahun 2010 yang didirikan oleh Pak Aqil selaku pemilik. Toko ini memilih lokasi disini dikarenakan lokasinya cukup strategis yakni ditengah-tengah pusat kota dan banyak pusat pertokoan, namun disamping itu juga lokasi toko tersebut dekat dengan bandara, jalan tol dan juga tidak jauh dari tempat tinggal pemilik toko. Toko ini menjual berbagai jenis pakaian wanita dan pria, pakaian tersebut mulai dari kaos pria dan wanita, kemeja lengan panjang dan pendek, celana panjang, celana pendek dan sweater atau hoodie. Mozeto Busana memiliki pilihan jenis produk yang beragam dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan bervariasi dimana target pasarnya menengah ke bawah yakni memberikan harga mulai dari 35.000 sampai 150.000. Mozeto Busana menyediakan produk-produk dengan model pakaian yang disediakan cenderung pada segmentasi remaja dan *millennial* dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan berusia muda sekitar 15 tahun sampai dengan 25 tahun yang dipasarkan melalui *Offline Store*.

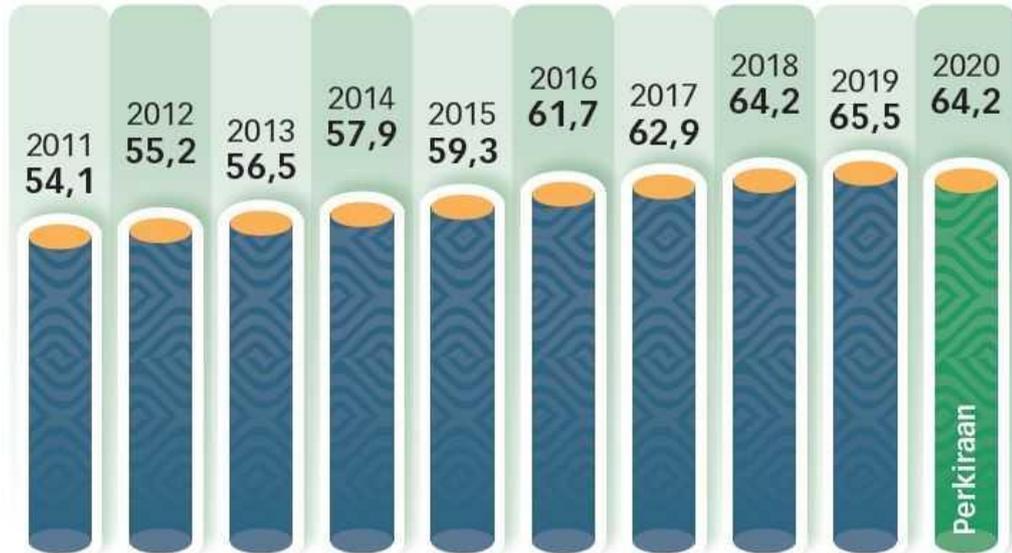
Produk yang tersedia merupakan produk yang diambil dari pemasok barang, Mozeto Busana memiliki pemasok lebih dari satu dimana produk dari setiap pemasok memiliki jenis yang berbeda. Produk dengan model kaos dan sweater atau hoodie berasal dari pemasok Bandung sedangkan untuk produk kemeja dan celana berasal dari pemasok yang berada di Jakarta. Material bahan produk Mozeto busana menggunakan yang kualitasnya baik. Toko ini pada awalnya belum memiliki karyawan, namun seiring dengan perkembangan toko, pemilik mulai merekrut karyawan dan menetapkan ada sejumlah 2 orang karyawan untuk membantu keberlangsungan bisnis pada toko mozeto busana dimana menempati posisi staff keuangan dan staff pemasaran serta gudang. Mozeto busana memiliki pelanggan tetap yang rutin membeli produk di toko ini. Perusahaan ini sudah menjalankan bisnis selama kurang lebih 10 tahun dan selama ini Mozeto Busana

hanya melakukan promosi bisnis yakni promosi dari mulut ke mulut, belum adanya strategi bisnis menggunakan platform online karena kurangnya karyawan yang berkompeten dalam transaksi jual beli online.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk saat ini dapat dikatakan memiliki jumlah yang tidak sedikit. UMKM adalah bentuk usaha yang memiliki peranan penting terhadap perekonomian di Indonesia, termasuk di dalamnya dari sisi usaha maupun dari sisi lapangan kerjanya. UMKM menjadi pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai jenis-jenis bidang usaha di masyarakat. UMKM memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia (ukmindonesia, 2019). UMKM mampu untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang luas melalui *entrepreneur* di masyarakat sehingga produktivitasnya harus terus di tingkatkan. Data perkembangan UMKM dapat dilihat pada Gambar 1.1

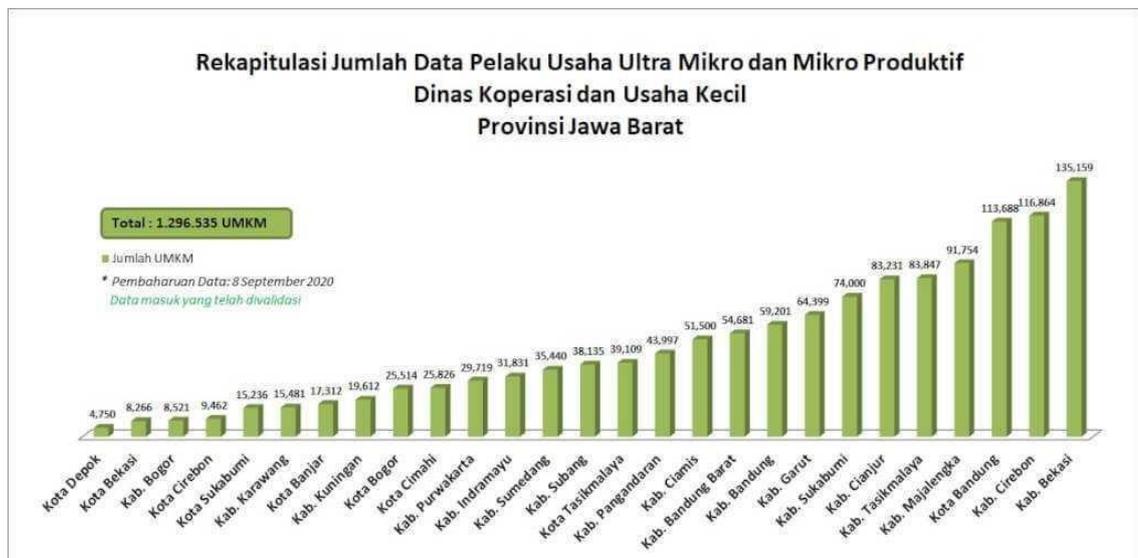
Perkembangan Jumlah UMKM (juta unit)



Gambar 1. 1 Data Perkembangan UMKM 2011-2020

Sumber : Kemenkop dan UKM (2020)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan usaha mikro, kecil, menengah di Indonesia pada tahun 2011 sampai dengan tahun 2019 menunjukkan bahwa ada peningkatan jumlah UMKM dari tahun ke tahun. Namun pada tahun 2020 jumlah UMKM di Indonesia mengalami penurunan sebesar 1,3 juta, ini disebabkan karena pada tahun 2020 adanya persebaran virus covid-19 sehingga terjadinya pandemi. Salah satu jumlah UMKM yang ada di Jawa Barat akan digambarkan pada Gambar 1.2

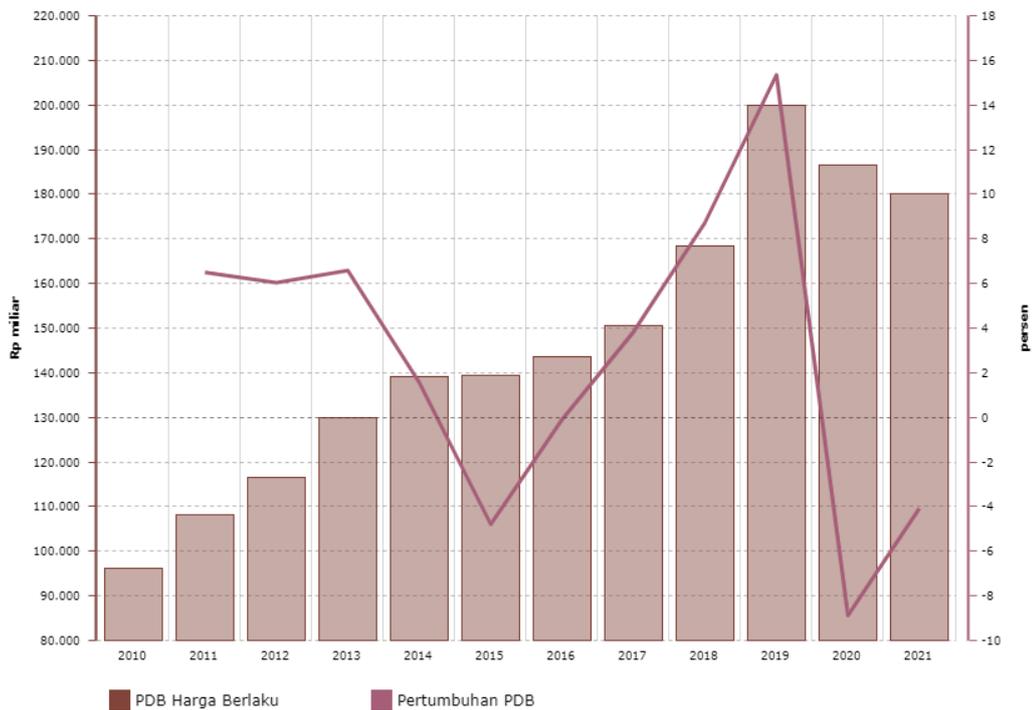


Gambar 1. 2 Data UMKM Jawa Barat 2020

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia 2020

Berdasarkan Gambar 1.2 Jumlah Data UMKM di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2020 mencapai 1.296.535 UMKM, untuk wilayah Kota Bandung memiliki jumlah UMKM sebanyak 113.688 pada tahun 2020. Seiring meningkatnya jumlah UMKM memberikan pengaruh pada industri di Indonesia.

Salah satunya pada bidang industri pakaian jadi. Kebutuhan pakaian atau sandang sudah menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang, selain itu pakaian juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Oleh karena itu produksi pakaian jadi saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya muncul toko yang menjual berbagai jenis pakaian jadi. Data pertumbuhan produksi pakaian jadi dapat dilihat pada gambar 1.3



Katadata

Databoks

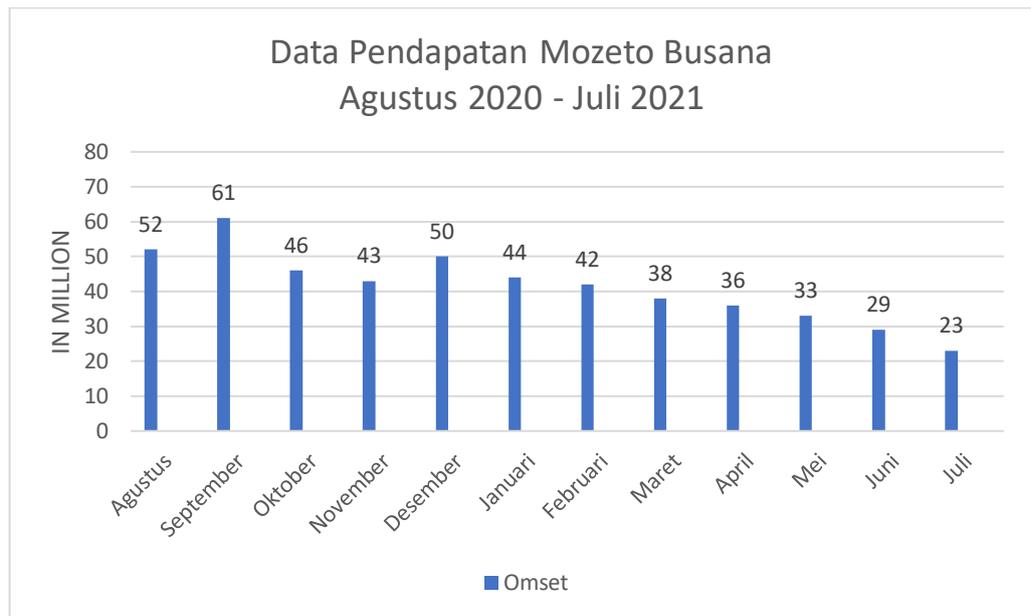
Gambar 1. 3 Data Pertumbuhan Produksi Pakaian Jadi

Sumber: Databoks (2020-2021)

Berdasarkan Gambar 1.3 industri pakaian mencatat pertumbuhan produksi pada tahun 2019 pertumbuhan menjadi 15% yang meningkat dari tahun sebelumnya yakni tahun 2018, sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya pandemi covid-19, namun pada tahun 2021 industri pakaian mengalami kenaikan sebesar 4%, hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan pertumbuhan dari tahun sebelumnya.

Dengan adanya perkembangan industri pada pakaian jadi membuat persaingan bisnis semakin selektif, terutama pada perusahaan yang menjual produk sejenis, sehingga pelaku usaha produk pakaian jadi diharuskan memiliki inovasi baru dan membuat para pengusaha harus lebih teliti dalam melihat sebuah kekurangan dan kekuatan perusahaanya untuk meningkatkan penjualan ditengah-

tengah pandemi covid-19. Posisi perusahaan yang seperti ini dihadapi oleh perusahaan mozeto busana . Berdasarkan data pendapatan mozeto busana yang didapat dari hasil wawancara kepada pemilik perusahaan dapat dilihat pada gambar 1.4



Gambar 1. 4 Data Pendapatan Mozeto Busana 2020-2021

Sumber : Hasil Wawancara Pemilik Toko Mozeto Busana (2021)

Berdasarkan Gambar 1.4 pada toko Mozeto Busana menunjukkan adanya penurunan penjualan yang timbul salah satunya dari bagian pemasaran yang belum maksimal, yang dimungkinkan dari faktor internal perusahaan karena kurang memanfaatkan pemasaran secara *online* yang dimana target pasar Mozeto Busana merupakan remaja dengan usia muda yang cenderung menggunakan media online dalam berbelanja sedangkan Mozeto Busana hanya mengandalkan *Offline Store* dan pemasaran dari mulut ke mulut, sehingga terjadinya penurunan omset dan penjualan yang fluktuatif, yang mengakibatkan tidak tercapainya target yang telah ditentukan oleh toko tersebut. Target yang ditetapkan oleh perusahaan ini yaitu setiap bulannya sebesar Rp70.000.000 sebelum tahun 2020, namun target yang telah ditentukan tersebut tidak tercapai pada setahun terakhir, selain itu

faktor eksternal juga mungkin menyebabkan penjualannya berkurang salah satunya karena menurunnya indeks keyakinan konsumen dimana berkaitan dengan kurangnya daya beli dari para konsumen.

1.3 Perumusan Masalah

Mozeto Busana merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pakaian yang terletak di Bandung, dan menjual berbagai jenis pakaian wanita dan pria, pakaian tersebut mulai dari kaos, kemeja lengan panjang dan pendek, celana panjang, celana pendek dan sweater. Namun dalam 1 tahun terakhir pada data penjualan perusahaan ini menunjukkan adanya penurunan penjualan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan dimana menunjukkan adanya masalah di Toko pakaian mozeto busana. Penurunan ini dimungkinkan dari internal perusahaan yang kurang memasarkan produk dan hanya mengandalkan Offline Store dan belum secara online. Selain itu faktor eksternal juga dimungkinkan menjadi penyebab turunnya penjualan seperti menurunnya indeks kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, strategi pemasaran menjadi hal penting yang perlu dilakukan untuk dapat bersaing dengan kompetitor mozeto busana.

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan maka pertanyaan penelitian yang akan diambil, diantaranya:

1. Bagaimana kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) toko pakaian mozeto busana?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal (peluang dan ancaman) toko pakaian mozeto busana?
3. Apa alternatif strategi pemasaran terbaik diantara beberapa alternatif yang sebaiknya diterapkan oleh toko pakaian mozeto busana ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi faktor lingkungan internal baik dari sisi kekuatan dan kelemahan pada Mozeto Busana

2. Untuk mengetahui kondisi faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) pada Mozeto Busana
3. Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran terbaik yang sebaiknya diterapkan oleh Mozeto Busana

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian pada bidang manajemen khususnya pada strategi pemasaran bisnis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberi masukan dan pertimbangan dalam melakukan implementasi strategi pemasaran pada perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi

Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.