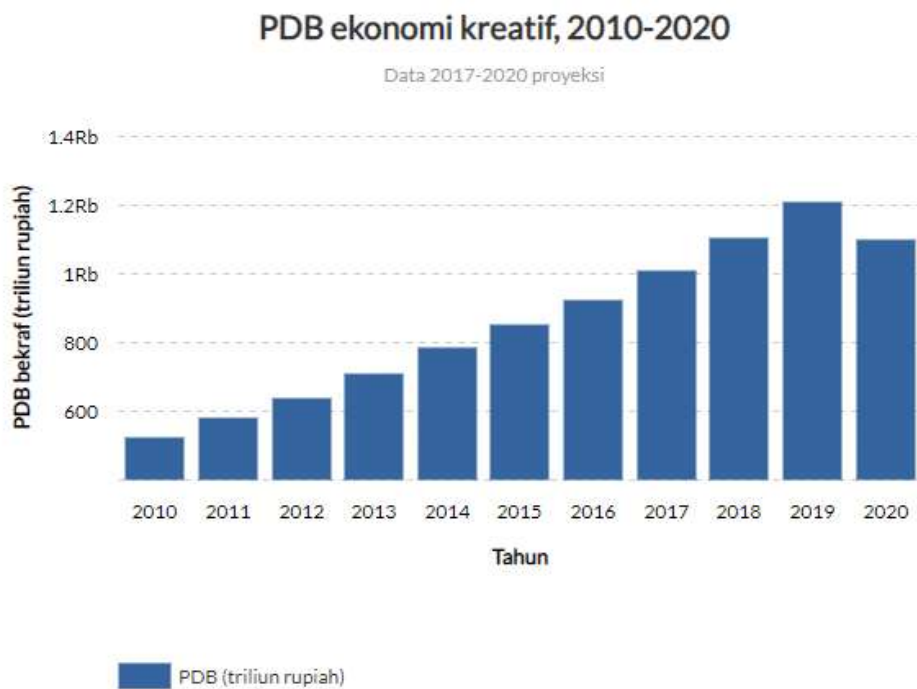


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri kreatif di Indonesia mengalami peningkatan dilihat dari presentasi PDB industri kreatif terhadap presentase pd nasional dari tahun 2010 sampai dengan 2020 seperti data yang disajikan dibawah ini menandakan industri kreatif Indonesia dari tahun ketahun terus berkembang.



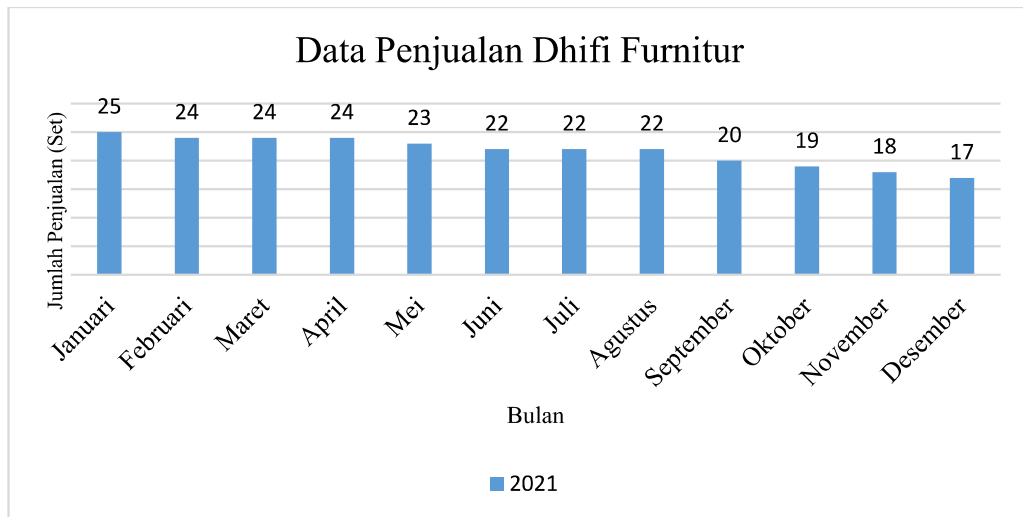
Gambar I. 1 PDB ekonomi kreatif 2010-2020

(Sumber: lokadata.beritagar.id, 2020)

Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi kreatif (Ekraf) tahun 2016 sudah mencapai Rp922,59 triliun. PDB ini diproyeksikana pada tahuun 2017 sudah melampaui Rp1000 triliun, dan meningkat menjadi Rp1.105 triliun pada 2018. Pada 2020, kontribusi sektor ekonomi kreatif diperkirakan akan mencapai Rp1.100 triliun. Sejak tahun 2010, PDB ekraf terus meningkat.

Furniture merupakan kebutuhan yang penting dalam setiap rumah. Furniture berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuai dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di

permukaannya. Oleh sebab itu setiap manusia harus memiliki furnitur dirumah mereka. Dhifi Furnitur adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang furnitur yang berdiri pada tahun 2011. Dhifi Furnitur memproduksi furnitur berupa sofa dan meja. Dhifi Furnitur merupakan perusahaan yang mengutamakan kualitas bahan yang baik. Target pemasaran pada Dhifi Furnitur berada pada daerah Jawa Barat khususnya di Tasikmalaya.



Tabel I. 1 Data Penjualan
(Sumber: Dhifi Furnitur, 2021)

Pada tabel I.1 menunjukkan penurunan penjualan yang terjadi pada Dhifi Furnitur dikarenakan strategi pemasaran yang diterapkan tidak berjalan dengan baik. Karena promosi yang dilakukan tidak maksimal yaitu hanya dengan cara mulut ke mulut dan melalui whatsapp. Oleh karena itu perlu dilakukannya analisis dan pemilihan strategi pemasaran yang tepat agar Dhifi Furnitur dapat menjalankan bisnisnya dengan baik.

Maka dari itu untuk meningkatkan penjualan pada Dhifi Furnitur kedepannya akan dilakukan perancangan strategi untuk pemasaran Dhifi furnitur dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength – Weakness – Opportunities – Threats*) guna menganalisis kekuatan dan kelemahan yang ada pada bisnis Dhifi Furnitur sebelumnya untuk menemukan peluang dan menghindari ancaman berdasarkan perolehan faktor internal dan eksternal. Setelah itu melakukan pengambilan keputusan alternatif strategi terbaik dapat menggunakan QSPM (*Quantitative*

Strategic Planning Matrix). Perolehan alternatif strategi yang terpilih dapat diterapkan oleh Dhifi Furnitur untuk menjalankan bisnisnya.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan pada latar belakang, untuk mengetahui hasil analisis tersebut, Dhifi Furnitur perlu melakukan perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran yang tepat. Berikut permasalahan yang akan ditinjau dari penelitian ini:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada pemasaran Dhifi Furnitur?
2. Bagaimana posisi strategi Dhifi Furnitur dari nilai faktor lingkungan?
3. Apa sajakah alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh Dhifi Furnitur dalam menjalankan usahanya?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan sesuai prioritas utama oleh Dhifi Furnitur?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tugas akhir ini bertujuan untuk:

- a. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh Dhifi Furnitur.
- b. Mengukur posisi strategi Dhifi Furnitur berdasarkan faktor internal dan eksternal.
- c. Menentukan alternatif strategi pemasaran Dhifi Furnitur yang diperoleh berdasarkan analisis SWOT dan QSPM.

I.4 Batasan Tugas Akhir

Batasan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan hanya sampai pada tahap usulan dan tidak sampai pada tahap implementasi.
2. Penelitian dilakukan pada tahun 2021-2022.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir ini:

1. Dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi Dhifi Furnitur untuk melakukan evaluasi pemasaran kedepannya.
2. Dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha Dhifi Furnitur.
3. Dapat dijadikan bahan pembelajaran dan referensi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan uraian permasalahan, latar belakang permasalahan, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan menciptakan sistem terintegrasi, batasan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan hasil literatur yang relevan dengan permasalahan yang dibahas berdasarkan referensi buku atau penelitian yang digunakan untuk merancang dan menyelesaikan masalah. Pada bagian akhir bab ini, terdapat analisis pemilihan metodologi atau kerangka kerja untuk menentukan metodologi atau kerangka kerja yang akan digunakan di tugas akhir ini.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Pada bagian ini terdapat penjelasan metode atau kerangka kerja yang dipilih pada bab sebelumnya. Dalam bab ini dijelaskan langkah-langkah tugas akhir secara rinci.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Dalam bab ini terdapat penulisan seluruh kegiatan dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah. Kegiatan yang dilakukan berupa pengumpulan dan pengolahan data, pengujian data, dan perancangan solusi.

Bab V Analisis Hasil dan Evaluasi

Analisis hasil dan evaluasi menyajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari solusi.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah dalam penelitian tugas akhir dan saran dari solusi untuk tugas akhir selanjutnya.