

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kondisi Industri *Fashion* di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan *Fashion* yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi dan menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakaiannya.

Industri Fashion merupakan salah satu industri kreatif yang potensial di Indonesia. produk fashion merupakan penyumbang terbesar ekspor industri kreatif, dengan total kontribusi mencapai 61,13 persen dari total ekspor produk kreatif. Hal ini setara dengan 5,96 persen dari nilai ekspor nasional dengan rata-rata mencapai Rp 53,94 triliun. Selain meningkatkan pendapatan negara, industri ini juga memiliki nilai positif karena dapat menyerap tenaga kerja dan penyediaan lapangan usaha nasional, industri fashion mendominasi sektor industri kreatif sebesar 54,32 persen dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 4,13 juta orang, atau 4,22 persen dari tingkat partisipasi penyerapan tenaga kerja nasional (Kompas.com 12/04/2012).

Tren e-commerce di Indonesia semakin meningkat. Menurut eMarketer, Indonesia akan mengalami pertumbuhan e-commerce yang lebih besar dibanding negara-negara lainnya di dunia. Berdasarkan riset Asosiasi e-commerce Indonesia (idEA) 2013, fashion menduduki urutan teratas barang yang paling sering dibeli orang Indonesia, sebesar 78%. (<http://tekno.kompas.com> 10/08/2014)).

Candyrawk Clothing merupakan sebuah *home industry* pakaian. Pakaian yang diproduksi mencakup beberapa kategori antara lain : Kaos, Kemeja, Celana, Tas, Sepatu dan beberapa bentuk Pakaian jadi lainnya serta menerima jasa pembuatan kaos sablon satuan atau lusinan. Proses penjualannya yaitu mengerjakan barang pesanan konsumen dan pembuatan produk dengan brand tersendiri. Distro Candyrawk

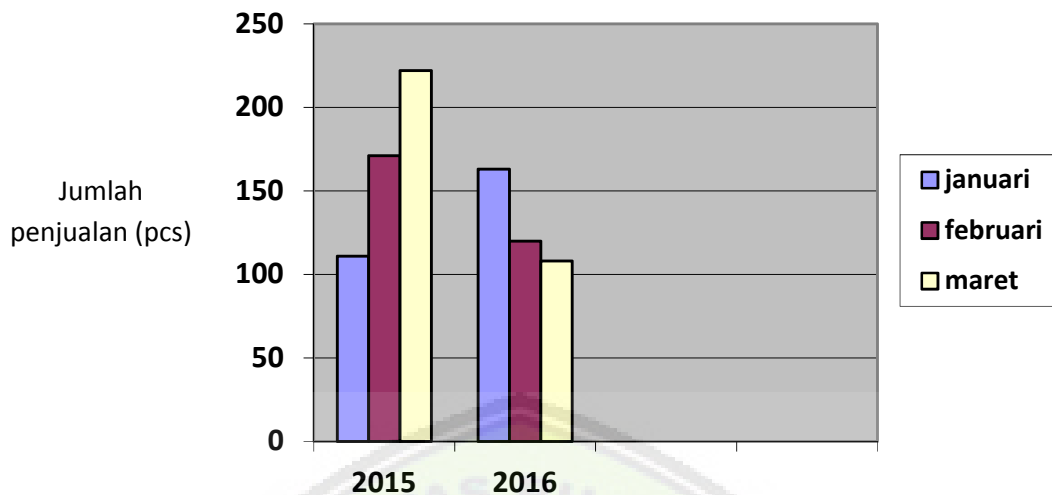
Clothing merupakan industri kecil dan menengah (IKM) dengan merk independen yang dikembangkan kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh Candyrawk Clothing diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan.

Peluang Bisnis yang besar serta pasar yang sangat potensial, merupakan faktor utama yang mendorong berkembangnya bisnis Clothing Company/Distro. namun bila kita hanya mendirikan usaha tapi tidak diimbangi dengan pengertian lebih dalam mengenai cara menghadapi pasar, maka bisnis tersebut berkemungkinan tidak dapat bertahan lama dalam pasar persaingan Clothing Company/Distro. Berikut adalah data penjualan T-shirt distro Candyrawk

*Tabel 1.1 Data Penjualan T-shirt Distro Candyrawk Bulan Januari-Maret 2015 dan Bulan Januari – Maret 2017*

Bulan	Tahun 2015 Jumlah ( pcs )	Tahun 2016 Jumlah ( pcs )
Januari	111	163
Februari	171	120
Maret	222	108

Sumber : Laporan Penjualan Distro Candyrawk Clothing



Grafik 1.1 Penjualan T-shirt Candyrawk Clothing 3 bulan pertama di tahun 2015 dan 2016

(sumber : laporan penjualan Candyrawk Clothing)

Dengan membaca grafik diatas maka diketahui bahwa penjualan T-shirt belum mengalami peningkatan penjualan yang signifikan, sehingga perlu dilakukan analisa untuk meningkatkan penjualan T-shirt.

Distro Candyrawk Clothing berada di Wilayah Perumahan Mangun Jaya Indah 2. Usaha ini dibuka dari pukul 14.00 WIB sampai dengan pukul 22:00 WIB. Untuk saat ini penjualannya dilakukan di outlet dan juga menerima pesanan online / SMS. Di area sekitar mulai bertambah usaha sejenis mengingat posisi distro sangat strategis dekat dengan sekolah SMU Telkom Telesandi yang merupakan target yang sangat potensial karena kawula muda banyak yang menyenangi produk-produk distro.

Layaknya sebuah perusahaan, usaha distro Candyrawk Clothing memerlukan sebuah metode untuk menganalisis lingkungan perusahaan secara internal maupun eksternal guna kelangsungan perkembangan Usaha distro ini untuk berkembang.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis adalah metode SWOT (*Strengths, weaknesses, opportunities dan threats analysis*). Analisis SWOT dibagi menjadi 2 bagian yaitu dari dalam perusahaan kekuatan dan kelemahan (*strengths and weaknesses*) serta dari luar perusahaan peluang dan ancaman (*opportunities and threats*). Sebuah usaha perlu melakukan perancangan yang strategis agar semua tujuan dapat tercapai.

Oleh karena itu sesuai dengan apa yang diuraikan diatas, maka pembahasan skripsi ini mengambil judul “**Strategi pengembangan pemasaran T-shirt di distro Candyrawk clothing menggunakan metode SWOT**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengusaha belum bisa meningkatkan penjualannya terlihat dari table 1.1 peningkatannya belum signifikan.
2. Pengusaha belum pernah membuat rencana strategis operasional untuk mengembangkan distro

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana membuat analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threats*) untuk memetakan usaha Distro Candyrawk Clothing?
2. Bagaimana merencanakan strategi operasional dengan menggunakan analisis SWOT?

#### **I.4 Pembatasan Masalah**

Guna mempertegas penulisan skripsi ini penulis membatasi pembahasan masalah yaitu:

1. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT.
2. Usaha yang dikaji adalah usaha Distro Candyrawk Clothing.
3. Data penjualan yang digunakan adalah bulan Januari - Maret 2015 dan Januari - Maret 2016.
4. Wilayah yang dikaji di daerah Perumahan Mangun Jaya Indah 2 Tambun Selatan.

#### **I.5 Tujuan**

Tujuan dari Penulisan Skripsi ini adalah

1. Membuat analisis SWOT untuk usaha Distro Candyrawk Clothing.
2. Menganalisis SWOT untuk menentukan strategi operasional Distro Candyrawk Clothing.

#### **I.6 Metodologi**

Dalam pengumpulan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

- 1) Studi Lapangan  
Penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara Langsung ambil data di lokasi penelitian .
- 2) Study pustaka  
Dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang menunjang yang diperlukan sebagai data skunder.

#### **I.7 Sistematika Penulisan**

Secara sistematika penyusunan Skripsi mencakup keseluruhan isi dari pembahasan yang menjadi garis besar dari Skripsi ini yang bertujuan agar mempermudah dalam pembuatan Skripsi ini secara benar, adapun sistematika penulisannya dibagi 4 bab yaitu:

## BAB I PENDAHULUAN

Diuraikan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, metodologi, sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dala bab ini menguraikan teori – teori yang mendukung peneliti yang bisa diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, batasan operasional variabel, definisi operasional variabel, jenis data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini mengemukakan tentang gambaran umum usaha, hasil penelitian, dan pembahasan.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang didapat setelah melakukan analisa dan pembahasan serta tindakan perbaikan.

