

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin meningkat akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Setiap pelaku usaha wajib bisa mempertahankan kelangsungan usahanya agar mendapatkan keuntungan dan mengadakan strategi pemasaran yang layak agar usahanya dapat berjalan secara terus menerus dan dapat bersaing.

Memilih strategi yang tepat dan menyesuaikannya dengan lingkungan bisnis saat ini sangat penting untuk bisnis. Secara alami, setiap lingkungan bisnis berbeda dari strateginya sendiri. Untuk mengembangkan strategi, harus terlebih dahulu melakukan analisis internal dan eksternal terhadap lingkungan bisnis. Ketika datang untuk membuat keputusan bisnis, terutama ketika bersaing dengan bisnis lain, manajemen bisa mendapatkan keuntungan dari analisis strategi.

Proses membuat keputusan dan mengambil tindakan yang membantu perusahaan mencapai tujuannya atau mengembangkan strategi yang efektif dikenal sebagai manajemen strategis. (Suci, 2009) Juga mengatakan bahwa manajemen strategis adalah seni dan pengetahuan dalam membuat, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang membantu suatu organisasi mencapai tujuannya. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan memajukan bisnis, manajemen strategis sangat penting. Harapan suatu perusahaan tidak mungkin terpenuhi jika tidak memiliki strategi manajemen yang sesuai dengan keadaan perusahaan..

Permintaan pasar untuk gordyn saat ini bisa dikatakan mejadi salah satu banyak diminati masyarakat, ditambah lagi untuk waktu yang sekarang ini minat masyarakat terhadap desain interior gordyn yang cantik, elegan dan mewah. Gordyn merupakan produk dari garmen yang menghasilkan model yang menyesuaikan trend yang sedang diminati masyarakat mulai dari warna, jenis bahan, model potongan dan juga aksesoris lainnya untuk pendukung gordyn itu sendiri

UKM Wisma Gordyn merupakan suatu usaha dalam bidang tekstil yang mulai beroperasi pada tahun 2011. Toko ini mulai beroperasi setiap hari pada pukul 09.00 sampai 21.00. lokasinya juga sangat strategis dan mudah dijangkau karena dekat dengan jalan utama perumahan dan dekat dengan pasar. UKM wisma gordyn memiliki 2 orang karyawan yang dimana masing masing karyawannya itu memiliki tugas yang berbeda beda dan saling mengkoordinasi satu sama lain. UKM wisma gordyn memasarkan produknya melalui penawaran di toko secara lisan yang bertujuan untuk menjamin kualitas gordyn dan harga yang sesuai dengan konsumen.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan brandingnya adalah dengan melakukan pembenahan strategi. Salah satunya melalui strategi pemasaran yang mencakup gambaran besar tentang yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan (Laksmiasri & Sukamdi, 2017; Pasaribu, 2008). Pelaku bisnis perlu melakukan perancangan strategi dikarenakan semakin tepat strategi yang diterapkan maka akan semakin kuat bisnis tersebut dalam menghadapi persaingan (Putri et al., 2014)

Namun, dalam beberapa waktu terakhir usaha ini mengalami penurunan omset. Oleh karena itu, sangat diperlukan adanya evaluasi dan perumusan kembali strategi yang tepat sebagai solusi atas permasalahan dalam usaha tersebut dengan memperhatikan kondisi internal dan eksternal yang harus dihadapi. Dalam hal ini ada beberapa rincian penjualan produk gordyn diantaranya:

**Tabel 1.1** Data Penjualan Gordyn Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah penjualan gordyn	Pemasukan
1.	Januari	153 meter	Rp 25.400.000
2..	Februari	238 meter	Rp 40.650.000
3.	Maret	210 meter	Rp 35.000.000
4.	April	165 meter	Rp 26.100.000
5.	Mei	189 meter	Rp 28.000.000
6..	Juni	156 meter	Rp 25.300.000
7.	Juli	177 meter	Rp 27.400.000
8.	Agustus	250 meter	Rp 45.200.000
9.	September	176 meter	Rp 27.000.000
10.	Oktober	160 meter	Rp 26.000.000
11.	November	196 meter	Rp 31.000.000
12.	Desember	160 meter	Rp 26.000.000

Sumber: UKM Wisma Gordyn 2022

Dalam table diatas, diatas menjelaskan bahwa target aktual penjualan tidak tercapai pada bulan januari, april,juni, juli, oktober, dan desember. invituntuk target penjualan yang di inginkan oleh UKM sebanyak 3500 meter pertahun, tetapi pemilik UKM belum mampu mendapatkan target yang diinginkan sesuai dengan penjualan perbulannya. Di tahun 2022 mengalami sedikit perubahan penjualan yang sangat signifikan, namun dalam hal ini pemilik ukm sangat mengharapkan penjualannya dapat konsisen dan berjalan dengan baik agar bisa mencapai target yang diharapkan yaitu 3500 meter dalam pertahun.

**Tabel 1.2** Jumlah Penjualan Gordyn tahun 2022

Penjualan Gordyn Tahun 2022			
No.	Jenis Gordyn	Target penjualan dalam satu tahun	Jumlah penjualan per satu tahun 2022
1.	Gordyn Impor	1350 meter	800 meter
2.	Semi Blackout	1000 meter	646 meter

3.	Blackout 80%	850 meter	428 meter
4.	Blackout	500 meter	220 meter
Jumlah		3500 meter	2069 meter

Sumber : UKM Wisma Gordyn 2022

Harga penjualan produk gordyn ini dari yang berjenis gordyn impor, Semi Blackout, Blackout 80%, sampai dengan Blackout berkisar seharga Rp 65. 000 hingga Rp 330.000 per meternya. Dibawah ini merupakan data pendapatan UKM Wisma Gordyn selama satu tahun.

UKM Wisma Gordyn menetapkan target sebesar Rp 272 500.000 per tahun dikarenakan UKM memiliki biaya tetap (*fixed cost*) yaitu Rp 248.500.000, biaya modal, sewa toko, gaji karyawan, listrik, transportasi, dan UKM Wisma Gordyn memiliki biaya variabel (*Variable cost*) sebesar Rp 24.000.000 meliputi Biaya Kamsih, Uang Makan, Biaya perbaikan Mesin Jahit. Ukm Wisma Gordyn ingin menutup biaya pertahunnya sekitar 272.500.000

**Tabel 1.3** Data Perbandingan Harga Pesaing

Harga Gordyn			
Model / Jenis	Pesaing A	Pesaing B	Wisma Gordyn
Gordyn Impor	Rp55.000	Rp50.000	Rp65.000
Gordyn Impor Semi Blackout	Rp150.000	Rp220.000	Rp180.000
Gordyn Impor Blackout 80%	Rp260.000	Rp300.000	Rp280.000
Gordyn Impor Blackout asli	Rp310.000	Rp350.000	Rp330.000

Sumber : Pengolahan Data 2023

Dari data diatas menjelaskan setiap pesaing memiliki perbedaan pada harga yang berbeda beda. Pesaing A dan Wisma Gordyn memiliki harga yang relative lebih murah dibanding dengan pesaing B dan dikarenakan pesaing b memiliki toko yang besar dan terkesan seperti ruko dibandingkan dua pesaing lainnya.

Dalam penjualan gordyn tersebut menggunakan pemasaran dengan face to face dalam membuka toko dan dengan menggunakan media google maps saja untuk memasarkan produknya, yang dilakukan oleh pemilik UKM tersebut langsung dan para pelanggan atau konsumen memberikan informasi produk wisma gordyn pada yang lain.

Dengan memahami perilaku konsumen tentu tidak mudah dikarenakan setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda beda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu individu itu sendiri maupun faktor lingkungannya yang mempengaruhinya. Perbedaan ini mempengaruhi minat dan konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang berbeda atau yang diinginkan..

Untuk hal ini diperlukan metode *SWOT* (*Strengths*, *Weakness*, *Oppurtunities*, *Threats*). Yang dalam hal ini dimaksud *Strengths* adalah (kekuatan) dari produk untuk konsumen, *Weaknesses* (kelemahan) dimaksudkan yaitu kelemahan dari produk yang dihasilkan untuk konsumen, *Oppurtunities* (peluang) dimana produk yang dihasilkan bisa dipasarkan ketika diutuhkan pelanggan atau konsumen, *Threats* (ancaman) untuk hal ini pihak UKM dapat melihat ancaman yang akan datang.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan diatas pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi, berikut dari beberapa masalah:

1. Tidak memenuhi target penjualan sebanyak 3500 meter gordyn pertahun
2. Menurunnya daya beli konsumen dan tidak stabilnya penjualan

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijlaskan, maka dari itu penulis dapat merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi target penjualan
2. Bagaimana tindakan yang harus diambil untuk meningkatkan nilai jual terhadap gordyn dengan metode SWOT dan QSPM.

### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan untuk menghindari penyimpangan atau pelebaran topik, sehingga penelitian ini lebih terarah dan mempermudah pembahasan, sehingga tercapainya tujuan penelitian. Beberapa batasan dari masalah ini adalah sebagai berikut

1. Produk yang diteliti adalah gordyn.
2. Data yang diambil dari bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2022.
3. Area penjualan dan pemasaran di daerah Kota Bekasi.
4. Penelitian ini tidak membahas aspek finansial di UKM Wisma Gordyn
5. Penjualan gordyn Wisma Gordyn sudah tersebar di daerah wilayah Bekasi

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun beberapa tujuan yang diinginkan dicapai untuk keperluan penelitian ini, ada beberapa hasil, yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi target penjualan.
2. Mengetahui tindakan yang harus diambil untuk meningkatkan nilai jual terhadap gordyn dengan metode QSPM.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap agar penelitian ini bisa memberi manfaat bagi semua pihak, baik itu dari penulis sendiri sebagai mahasiswa yang masih jauh dari kata perfect, kampus sebagai penulis mencari dan menggali ilmu, dan juga perusahaan tempat penulis melakukan penelitian ini.

### **1.6.1 Manfaat Bagi Mahasiswa**

1. Mahasiswa dapat lebih memahami permasalahan sekaligus mampu untuk menyelesaikannya menggunakan metode ilmiah yang ada.
2. Untuk menambah wawasan pengetahuan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di sekitar lingkungannya.

### **1.6.2 Manfaat Bagi Universitas**

1. Sebagai bahan acuan untuk evaluasi kedepannya
2. Dapat menjaga hubungan baik antar perusahaan untuk penunjang kegiatan akademik

### **1.6.3 Manfaat Bagi Perusahaan**

1. Perusahaan dapat mempertimbangkan usulan dari mahasiswa yang telah melakukan penelitian.
2. Dapat memecahkan suatu masalah setelah melihat hasil dari penelitian mahasiswa.

## **1.7 Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang berlokasi di daerah Taman Wisma Asri Kota Bekasi, dan penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 yang berlokasi di Kota Bekasi.

## **1.8 Metode Penelitian**

Metode penelitian untuk melakukan kegiatan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

### **1. Metode Observasi**

Metode ini sangat efektif untuk mengumpulkan suatu data, karena dengan metode ini kita dapat mengetahui semua hal yang ada atau yang terjadi langsung dilapangan secara lebih detail dan juga bisa mendapatkan informasi data yang jelas dan valid.

### **2. Metode Wawancara**

Wawancara ini juga salah satu metode yang dipakai penulis untuk mendapatkan data-data yang diperlukan oleh penulis dengan cara tanya jawab dengan narasumber secara langsung.

### **3. Analisis**

Analisis dibutuhkan untuk menemukan suatu persolan yang akan kita teliti dan bisa menemukan solusi untuk menyelesaikan suatu persoalan tersebut.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk mengetahui isi dari penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis merangkai atau sedikit menjelaskan tentang sistematika penelitian ini, diantaranya:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini di dalamnya terdapat diantaranya ada latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat, tempat & waktu, metode dan yang terakhir sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**



Pada bab ini terdapat teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang ingin dilakukan dan juga ada kerangka berpikir untuk menjelaskan pola atau alur dari penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan deskripsi tentang bagaimana penelitian ini dilaksanakan dan menjelaskan variabel dari penelitian dan penentuan jenis sampel data, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab iv ini kita menguraikan data yang diperoleh serta cara pengolahan data yang sudah diperoleh sebelumnya dan juga penerapan metode yang dipilih untuk mengolah data tersebut.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab v berisi saran dan kesimpulan dan output dari penelitian yang sudah dilakukan dan juga saran-saran yang terdapat didalamnya bisa dijadikan acuan untuk evaluasi selanjutnya dalam menghadapi masalah yang ada.

### **DAFTAR PUSTAKA**