

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Distro *clothing* merupakan *brand clothing* yang menawarkan gaya *streetwear* yang unik dan kreatif. Banyak distro yang terkenal di Indonesia dan menjadi pilihan bagi remaja hingga dewasa yang ingin tampil beda dan eksklusif. Salah satu produk andalan distro adalah *T-Shirt*, Kemeja, *Hoodie* yang menjadi pilihan karena mudah dipadukan dengan berbagai gaya *fashion* dan cocok untuk dipakai dalam berbagai kesempatan.

Namun dengan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis distro, strategi pemasaran *T-shirt* harus dikembangkan untuk mempertahankan daya saing dan memperluas pasar. *T-shirt* adalah salah satu produk yang paling populer dan permintaan konsumen yang tinggi, namun persaingan di industri *fashion* semakin ketat. Belakangan ini perkembangan bisnis semakin meningkat di Indonesia karena kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menyebabkan persaingan yang ketat antar perusahaan karena bertambahnya jumlah pesaing, bertambahnya volume produksi dan pesatnya pertumbuhan perkembangan teknologi. Setiap pengusaha wajib mempertahankan keberlangsungan usahanya agar memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat berjalan secara terus menerus dan dapat bersaing.

Memilih strategi yang tepat tentunya sangat penting dalam bisnis, di mana menyesuaikan dengan lingkungan bisnis. Setiap lingkungan bisnis yang berbeda pasti berbeda dengan strateginya masing-masing. Tentunya saat membuat mengembangkan strategi, Anda harus terlebih dahulu menganalisis lingkungan bisnis yang Anda hadapi secara internal dan eksternal.

*Envy Clothing* adalah *home* industri pakaian. Pakaian yang di produksi meliputi beberapa kategori antara lain: *T-shirt*, kemeja, celana, *hoodie* dan berbagai pakaian lainnya. Distro *Envy Clothing* adalah industri kecil dan menengah (IKM) dengan merek independen yang dikembangkan oleh anak muda. *Envy* berusaha menghindari untuk tidak produksi secara massal produk yang dihasilkan oleh *Envy Clothing* menjaga eksklusif produk dan hasil kerajinan.

Tabel 1.1 Data Penjualan *T-Shirt* Distro *Envy Clothing* Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah	Pemasukan
1	Januari	64 pcs	3.780.000
2	Februari	69 pcs	3.965.000
3	Maret	90 pcs	4.200.000
4	April	63 pcs	3.377.000
5	Mei	73 pcs	4.015.000
6	Juni	74 pcs	4.125.000
7	Juli	77 pcs	4.250.000
8	Agustus	70 pcs	4.155.000
9	September	55 pcs	3.265.000
10	Oktober	55 pcs	3.075.000
11	November	79 pcs	4.350.000
12	Desember	75 pcs	4.195.000

Sumber : *Envy Clothing*

Dalam tabel diatas, untuk target penjualan yang diinginkan oleh IKM sebanyak 1000 pcs pertahun, tetapi pemilik IKM belum mampu mendapatkan target yang di inginkan sesuai dengan penjualan perbulannya. Di tahun 2022 hanya mendapatkan 844pcs terjual sehingga mengalami sedikit perubahan penjualan yang sangat signifikan, namun dalam hal ini pemilik UKM sangat mengharapkan penjualannya dapat konsisten dan berjalan dengan baik agar bisa mencapai target yang diharapkan yaitu 1000 pcs pertahun.

Dengan membaca tabel di atas, kita mengetahui bahwa penjualan *T-shirt* belum mengalami pertumbuhan penjualan yang signifikan, sehingga diperlukan suatu analisis untuk meningkatkan penjualan *T-shirt*.

Tabel 1.2 Biaya Operasional

Operasional	Biaya Operasional
Biaya Produk	Rp. 1.600.000
Listrik	Rp. 400.000
Internet/Wifi	Rp. 300.000
Biaya Promosi	Rp. 200.000
Transportasi	Rp. 500.000
Total	Rp. 3.000.000

Target X Per pcs = Hasil – Biaya Operasional dalam setahun = Hasil

Target yang telah ditetapkan bisa menutupi biaya operasional.

Jumlah terjual di tahun 2022 mendapatkan 844pcs bisa diartikan bahwa penjualan tidak memenuhi target sehingga bisa dikatakan target di tahun 2022 tidak bisa menutupi biaya operasional.

Faktor eksternal yaitu banyaknya pesaing yang cukup terkenal dari segi kualitas maupun kuantitas, pertumbuhan pasar, tingkat inflasi, pesaing diantaranya adalah Distro Outbreak, Distro Hangover, dan masih banyak lagi disekitar IKM Distro Envy Clothing. Pada faktor internal dan eksternal dari masing-masing usaha memiliki beberapa perbedaan situasinya antar IKM Distro Envy Clothing dengan para pesaingnya berdasarkan 4P, diantaranya :

Tabel 1.3 Perbedaan Faktor Internal dan Eksternal IKM Distro Envy Clothing

No	Distro Envy	Distro <i>Outbreak</i>	Distro <i>Hangover</i>
<i>Product</i>			
1	Menggunakan bahan <i>Cotton Combed 30s</i> , sablon plastisol dan memiliki desain minimalis.	Menggunakan bahan <i>Cotton Combed 20s</i> , sablon DTF dan memiliki desain tipografi	Menggunakan bahan <i>Cotton Combed 24s</i> , sablon glow in the dark dan memiliki desain lawas yang pada dasarnya mengusung mode tahun 80-an hingga 90-an atau disebut retro.
<i>Price</i>			
2	Memiliki harga relatif terjangkau dengan kisaran harga Rp. 50.000- 85.000/Pcs	Harga relatif lebih mahal dengan harga berkisar Rp.60.000- 150.000/Pcs	Harga relatif lebih mahal yaitu Rp.70.000- 160.000/Pcs
<i>Place</i>			
3	Menyediakan toko untuk transaksi	Menyediakan tokountuk transaksi	Menyediakan Toko untuk transaksi
<i>Promotion</i>			
4	Melakukan promosi secara langsung.	Melakukan promosi secara langsung, via media sosial seperti Shope dan Instagram.	Melakukan promosi secara langsung, dan via media sosial seperti Shope, tokopedia dan Instagram.

Distro *Envy Clothing* terletak di Kecamatan Tambun Selatan di Kabupaten Bekasi. *Outlet* ini buka mulai pukul 14:00 sampai 22:00 WIB. Penjualan saat ini diadakan *outlet* sendiri. Sebagai sebuah perusahaan, bisnis distro *Envy Clothing* juga membutuhkan cara internal dan eksternal untuk mengembangkan kesinambungan perkembangan bisnis distro ini untuk berkembang.

Metode yang dapat digunakan untuk analisis adalah SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats Analysis*). Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian, yaitu. kekuatan dan kelemahan dalam perusahaan serta peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Perusahaan harus melakukan perencanaan strategis agar semua tujuan tercapai.

Oleh karena itu, pembahasan skripsi ini berjudul “**Strategi pengembangan pemasaran *T-shirt* di distro *Envy clothing* menggunakan metode SWOT**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa identifikasi, berikut dari beberapa masalah :

1. Tidak memenuhi target penjualan yang diinginkan sebesar 1000pcs pertahun.
2. Pengusaha tidak dapat meningkatkan penjualannya, seperti terlihat pada tabel, peningkatannya tidak signifikan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, maka dari itu penulis dapat merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini, ialah :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang menyebabkan tidak memenuhi target?
2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan penjualan terhadap *T-shirt* distro *Envy Clothing* dengan metode SWOT?

#### 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk menghindari penyimpangan atau memperluas cakupan subjek, sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah dibahas, sehingga terwujud tujuan penelitian. Berikut beberapa batasan masalah penelitian:

1. *T-Shirt* yang dijual belikan di IKM Distro Envy *Clothing* sebagai objek penelitian
2. Data yang diambil Bulan Januari sampai dengan Desember Tahun 2022
3. Hanya membahas analisis faktor eksternal dan internal serta strategi pemasaran pada Distro Envy *Clothing*
4. Metode yang digunakan adalah Metode SWOT
5. Penelitian ini tidak membahas aspek finansial di Distro Envy *Clothing*

#### 1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat menyebabkan tidak memenuhi target.
2. Meningkatkan penjualan pada *T-Shirt* distro Envy *Clothing* dengan metode SWOT

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Dalam manfaat penelitian ini yaitu:

1. Untuk Penulisan  
Dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan strategi pemasaran dan serta factor-faktor lingkungan *eksternal* dan *internal* untuk meningkatkan persaingan dalam dunia industri.
2. Untuk Perusahaan  
Untuk mendapatkan pengetahuan lingkungan yang mempengaruhi factor *eksternal* dan *internal* dalam pemasaran serta mendapatkan pengetahuan strategi bersaing.
3. Untuk Universitas



Sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan sebagai Referensi ke studi lain dalam subjek yang sama.

### **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada IKM (Industri Kecil dan Menengah) yang berlokasi JL.Wahana Bakti Kp.Siluman Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi, dan penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan. Pada penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023 yang berlokasi di Kabupaten Bekasi

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan dilokasi IKM yang menjadi objek penelitian, dan untuk pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dan dokumentasi.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Dalam skripsi yang baik, diperlukan sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat & waktu penelitian, metode penulisan dan sistematika.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian yang ingin dilakukan dan beberapa penelitian terdahulu untuk menunjang penelitian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan deskripsi tentang bagaimana penelitian ini dilaksanakan dan menjelaskan variabel dari penelitian dan penentuan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, pengumpulan data, dan analisis data.

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

Bab ini menguraikan data yang sudah diperoleh sebelumnya untuk melakukannya analisis lebih lanjut menggunakan penerapan metode yang dipilih untuk mengolah data tersebut.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data dan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah selesai

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

