

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang telah memasuki era persaingan global, di mana tidak ada batasan dalam setiap individu untuk mengembangkan bisnis baik dalam lingkup kecil, menengah maupun besar. Dengan adanya Kemajuan teknologi pada masa globalisasi saat ini, dunia bisnis menghadapi kemajuan yang sangat pesat. Hal ini membuat persaingan antar bisnis semakin ketat sehingga membuat pelakon bisnis diharuskan membuat strategi bisnis yang terbaik agar usaha yang dilakukan dapat bertahan dalam waktu yang lama serta dapat meningkatkan bisnis yang dijalani. Untuk memperoleh strategi terbaik dalam persaingan bisnis, pelakon bisnis diharuskan untuk lebih memperhatikan kondisi serta keadaan pasar dan memperhitungkan peran posisi usaha di pasar.

Bisnis *fashion* adalah bisnis yang bergerak di bidang busana, baik itu sesuatu yang dikenakan pada tubuh maupun yang memperindah penampilan tubuh. Bisnis *fashion* akan selalu memberikan keuntungan karena *fashion* akan tetap menjadi kebutuhan banyak orang. Agar bisnis *fashion* yang menjanjikan itu sukses, para pebisnis *fashion* melakukan berbagai cara dalam menghadapi tantangan usaha yang ada. Tantangan itu berasal dari *internal* ataupun *eksternal* perusahaan.

Toko Mario *Collection* merupakan sebuah Toko yang menjual pakaian, seperti baju, celana, sepatu dan tas. Yang terletak di Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. Toko Mario *Collection* berdiri sejak tahun 2016. Harga di Toko Mario *Collection* dari harga Rp. 50.000 – Rp. 250.000 tergantung dari jenis ukuran dan model, Toko

Mario *Collection* juga memiliki toko *offline store*. Toko Mario *Collection* merupakan salah satu toko yang menjual semua *fashion* dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis di Toko Mario *Collection* terdapat beberapa masalah yang dihadapi yaitu mengalami penurunan penjualan karena disebabkan oleh faktor *internal* dan *eksternal*. Salah satunya yang mempengaruhi dari faktor *internal* adalah pemasaran yang dilakukan melalui *social media* facebook dan melalui *pamphlet* untuk pengembangan usaha serta lokasi usaha. Sedangkan faktor *eksternal* adalah banyak produk yang lebih mempunyai nama atau *brand* terkenal serta banyak persaingan harga produk di sekitar Kabupaten Bekasi. Strategi *marketing* yang dilakukan oleh Toko Mario *Collection* hanya mengandalkan rekomendasi dari satu pelanggan ke pelanggan lainnya, karena memang keterbatasan SDM, jadi belum terantisipasi terjadinya lonjakan pelanggan jika dilakukan strategi pemasaran yang masif. Jadi dapat disimpulkan jika Toko Mario *Collection* didirikan dengan tujuan melayani kuantitas pelanggan skala menengah yang mampu melayani pelanggan dikarenakan terbatasnya SDM yang mengelola.

Dengan terjawabnya masalah tersebut dalam menemui kompetisi maka diperlukan rumusan taktik pengembangan usaha yang tepat untuk Toko Mario *Collection*. Analisis SWOT adalah sebuah masalah yang diidentifikasi dari sumber faktor tertentu yang dengan sistematis merumuskan taktik pemasaran. Analisis tersebut dilandaskan pada logika guna menekankan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), sehingga dengan cara beriringan analisis diketahui dapat

mengurangi kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Maka adanya analisis SWOT pengusaha dapat mempunyai pemasaran yang baik.

Terdapat target yang didapatkan dari keseluruhan jumlah pengeluaran perbulan untuk mendapatkan nominal pendapatan paling minimal pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Nominal Pengeluaran Penjualan Perbulan**

Jenis Pengeluaran	Qty	Satuan	Pengeluaran Perbulan
Baju	85	Rp 80,000	Rp 6,800,000
Celana	70	Rp 100,000	Rp 7,000,000
Sepatu	53	Rp 180,000	Rp 9,540,000
Tas	46	Rp 230,000	Rp 10,580,000
Paper Bag	120	Rp 1,000	Rp 120,000
Gaji Karyawan	-	-	Rp 1,200,000
Listrik	-	-	Rp 150,000
Sewa Tempat	-	-	Rp 2,500,000
Total			Rp 37,890,000

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2022

Dari tabel di atas 1.1 dapat dilihat bahwa data pengeluaran Toko Mario *Collection* dalam perbulan. Yang dimana jumlah dari keseluruhan perbulan akan dijadikan acuan target pemasukan untuk mencapai target penjualan. Adapun harga jual produk pada Toko Mario *Collection* di bawah ini.

**Tabel 1.2 Data Harga Jual Tiap Produk**

No.	Produk	Harga/pcs
1	Baju	95.000
2	Celana	130.000
3	Sepatu	200.000
4	Tas	250.000

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2022

Dari tabel 1.2 di atas harga produk baju sebesar Rp. 95.000, celana Rp. 130.000, sepatu Rp. 200.000 dan tas Rp. 250.000. Berikut di bawah ini data penjualan Toko Mario *Collection* selama tahun 2021-2022.

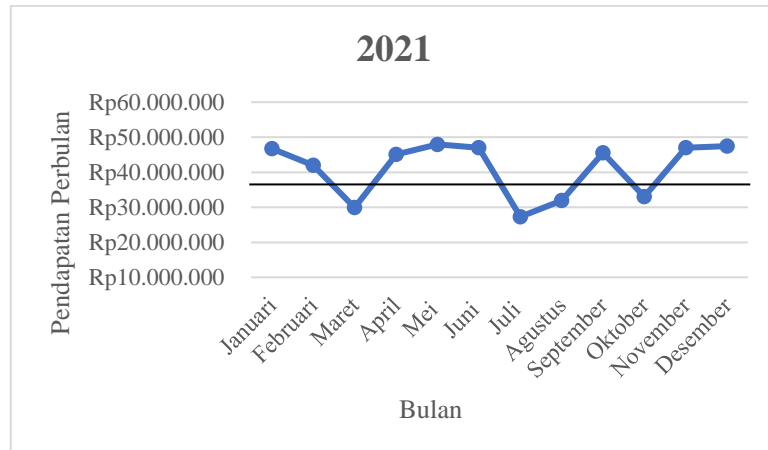
**Tabel 1.3 Data Penjualan Toko Mario *Collection* Tahun 2021-2022**

No	Bulan	Target Pemasukan	2021	2022
1	Januari	Rp 37,890,000	Rp 46,750,000	Rp 43,950,000
2	Februari	Rp 37,890,000	Rp 41,950,000	Rp 40,100,000
3	Maret	Rp 37,890,000	Rp 29,950,000	Rp 31,625,000
4	April	Rp 37,890,000	Rp 45,050,000	Rp 28,025,000
5	Mei	Rp 37,890,000	Rp 47,950,000	Rp 44,375,000
6	Juni	Rp 37,890,000	Rp 46,950,000	Rp 23,500,000
7	Juli	Rp 37,890,000	Rp 27,300,000	Rp 25,750,000
8	Agustus	Rp 37,890,000	Rp 31,950,000	Rp 29,167,000
9	September	Rp 37,890,000	Rp 45,575,000	Rp 24,350,000
10	Oktober	Rp 37,890,000	Rp 33,050,000	Rp 32,100,000
11	November	Rp 37,890,000	Rp 46,950,000	Rp 31,700,000
12	Desember	Rp 37,890,000	Rp 47,450,000	Rp 45,750,000
<b>Total</b>			Rp 490,875,000	Rp 400,392,000
<b>Rata - Rata Pendapatan Perbulan</b>			Rp 40,906,250	Rp 33,366,000

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2022

Dari tabel 1.3 dapat dilihat dari tabel penjualan Toko Mario *Collection* bahwa penjualan Toko Mario *Collection* pada tahun 2022 mengalami penurunan. Selain mengalami penurunan, target pemasukan setiap bulannya juga tidak tercapai yaitu sebesar Rp. 37.890.000 juta. Permasalahan lainnya dari data pada tabel 1.3 adalah penjualan menurun dikarenakan kurangnya promosi, lokasi pemasaran tidak strategis dan tidak memasarkan produk ke pasar-pasar sehingga pelanggan tidak mengetahui tentang produk dari Toko Mario *Collection* tersebut.

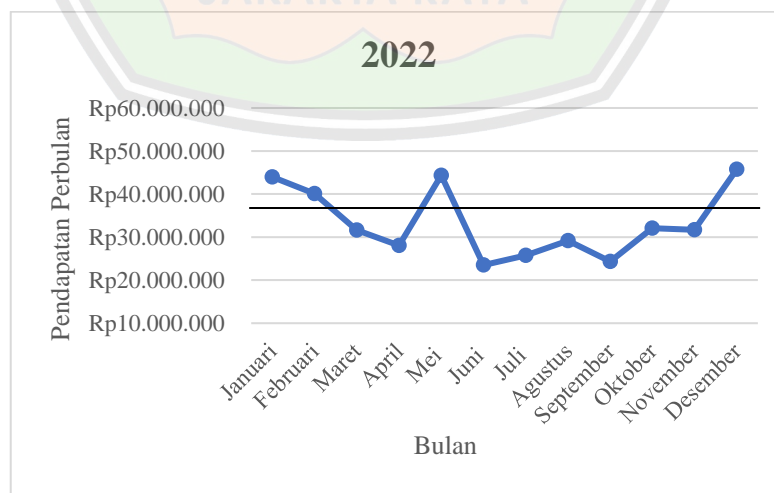
Pada gambar di bawah adalah grafik total penjualan Toko Mario *Collection* tahun 2021-2022.



**Gambar 1.1 Grafik Total Penjualan Toko Mario *Collection* Tahun 2021**

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2022

Dari gambar di atas diketahui grafik total penjualan Toko Mario *Collection* pada tahun 2021 di bulan Januari-Februari tahun 2021 mengalami kenaikan, di bulan Maret tahun 2021 mengalami penurunan, di bulan April-Juni tahun 2021 mengalami kenaikan, di bulan Juli-Agustus tahun 2021 mengalami penurunan disebabkan karena selera konsumen yang berbeda terhadap produk yang ditawarkan Toko Mario *Collection* serta persaingan terhadap harga produk tersebut, sedangkan di bulan September tahun 2021 mengalami kenaikan, di bulan Oktober mengalami penurunan, dan di bulan November-Desember 2021 melebihi target.



**Gambar 1.2 Grafik Total Penjualan Toko Mario *Collection* Tahun 2022**

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2022



Dari gambar di atas diketahui grafik total penjualan Toko Mario *Collection* pada tahun 2022 di bulan Januari-Februari mencapai target, di bulan Maret-April tahun 2022 mengalami penurunan, di bulan Mei tahun 2022 mengalami kenaikan, sedangkan di bulan Juni-November tahun 2022 mengalami penurunan yang sangat signifikan dikarenakan minat konsumen yang berbeda terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Mario *Collection* serta persaingan terhadap produk.

Adapun wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik Toko Mario *Collection*, bulan April tahun 2021 melebihi jumlah target pemasukan akan tetapi bulan April tahun 2022 mengalami penurunan dikarenakan awal munculnya toko pesaing yang lokasinya lebih strategis dibandingkan dengan Toko Mario *Collection*, bulan Mei tahun 2021 dan bulan Mei 2022 menjadi bulan yang paling banyak dalam mencapai target penjualan, karena bulan tersebut adalah bulan Ramadhan serta alasan mengapa bulan Mei 2021 dan Mei 2022 menjadi bulan yang menghasilkan penjualan yang besar, karena di bulan tersebut terdapat liburan hari Raya Idul Fitri. Pada bulan Juni 2021 melebihi jumlah target pemasukan akan tetapi bulan Juni tahun 2022 mengalami penurunan dikarenakan pesaing membuat diskon potongan harga yang lebih menarik dibandingkan oleh Toko Mario *Collection*. Pada bulan September 2021 melebihi jumlah target pemasukan akan tetapi bulan September tahun 2022 mengalami penurunan dikarenakan pesaing lebih memanfaatkan media sosialnya sedangkan Toko Mario *Collection* belum memanfaatkan media sosialnya dalam melakukan penjualan. Pada bulan November 2021 melebihi jumlah target pemasukan akan tetapi bulan November tahun 2022 mengalami penurunan dikarenakan pesaing menambahkan model variasi yang mengikuti *trend* sedangkan Toko Mario *Collection* belum menambahkan model

variasi. Pada hari liburan tersebut banyak pesaing tutup. Lalu pada posisi tersebut, Toko Mario *Collection* tetap beroperasi hingga lonjakan permintaan order pelayanan yang didominasi oleh pelanggan Toko Mario *Collection* atau pesaing lain yang kebetulan sedang tutup karena sedang menjalani hari Raya Idul Fitri tersebut. Dan terjadinya lonjakan penjualan hanya pada bulan Desember, Januari, Februari tahun 2021 dan 2022. Adapun dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pemilik Toko Mario *Collection* , didapatkan alasan mengapa bulan Desember, Januari, Februari menjadi bulan yang mengalami lonjakan konsumen dikarenakan pada bulan tersebut terdapat liburan akhir tahun yang terdiri dari liburan hari Natal, Imlek dan diikuti oleh beberapa tanggal merah lainnya seperti cuti bersama. Adapun data pesaing dari Toko Mario *Collection* yang menjualkan Baju, Celana, Tas, Sepatu dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1.4 Data Pesaing**

No.	Nama Usaha	Jenis Produk	Harga	Rata-rata Penjualan
1	Faiz <i>Collection</i>	Baju	110.000	40.820.000
		Celana	135.000	
		Tas	250.000	
		Sepatu	200.000	
2	Naya <i>Collection</i>	Jilbab	50.000	39.900.000
		Gamis	250.000	
		Baju	100.000	
		Celana	150.000	
3	Nindya <i>Collection</i>	Baju	90.000	41.750.000
		Celana	145.000	
		Jilbab	55.000	
		Tas	200.000	
4	Toko Mario <i>Collection</i>	Baju	95.000	33.366.000
		Celana	130.000	
		Sepatu	200.000	
		Tas	250.000	

Sumber : Toko Mario *Collection*, 2023

Dari tabel 1.3 dapat dilihat terdapat tiga pesaing Toko Mario *Collection* yang ada di kecamatan Cikarang Barat, namun yang paling tertinggi dari rata-rata penjualan perbulan didapatkan Nindya *Collection*, untuk itu Toko Mario *Collection* perlu membuat strategi dalam melakukan pemasaran produknya agar tetap bisa bersaing.

Strategi taktik pemasaran ialah salah satu upaya meningkatkan kelebihan dalam kompetisi persaingan dan meningkatkan penjualan yang semaksimal mungkin baik organisasi yang membuat produk atau jasa. Pemasaran perlu diperhatikan oleh Toko Mario *Collection* terutama dalam strategi pemasaran yang harus benar-benar matang, sehingga *Strategic Planning* mampu mencapai tujuan yakni memperluas pasar. Dalam penelitian ini penulis dapat meninjau bagaimana *strategic planning* yang dilangsungkan oleh Toko Mario *Collection* dalam meningkatkan penjualan produknya dalam analisis SWOT.

SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebuah perusahaan. Sedangkan, QSPM dirancang untuk menyusun rencana strategis berdasarkan hasil dari SWOT dan analisis eksternal. Alasan penulis memilih metode SWOT dan QSPM karena untuk mengetahui kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunity), dan Ancaman (Threats) yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection*. Dan Menghasilkan strategi pemasaran yang sesuai atau terbaik bagi Toko Mario *Collection* guna mengembangkan usahanya.

Adanya permasalahan yang dihadapi oleh Toko Mario *Collection* maka penelitian ini dapat melihat dan menganalisis suatu strategi pemasaran



menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Variabel *eksternal* yaitu peluang dan ancaman, ataupun variabel *internal* yakni kekuatan dan kelemahan yang sedang di hadapi Toko Mario *Collection* berlandaskan kerangka kondisi yang sebelumnya sudah dijelaskan, maka dari itu penulis mengambil Langkah judul “**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM (Studi Kasus Pada Toko Mario *Collection*)**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka identifikasi masalah-masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Toko Mario *Collection* mengalami penurunan omset pada tahun 2022 sebesar Rp.400.392.000 dibandingkan 2021 sebesar Rp. 490.875.000.
2. Toko Mario *Collection* tidak mencapai rata-rata biaya operasional pada tahun 2022 dibandingkan 2021.
3. Belum optimalnya strategi pemasaran yang dihasilkan oleh Toko Mario *Collection* tersebut.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang terdapat di Toko Mario *Collection* adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor - faktor *internal* dan *eksternal* yang dimiliki Toko Mario *Collection* ?

2. Apa saja Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection*?
3. Bagaimana cara menghasilkan strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)?

#### **1.4 Batasan Masalah**

Pada penelitian kali ini penulis membatasi masalah untuk mencegah meluasnya pembahasan. Adapun Batasan masalah yang penulis tetapkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Toko Mario *Collection* milik Mery Manulang di Kabupaten Bekasi.
2. Penelitian ini berfokus untuk menemukan kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection*.
3. Pada pembahasan terakhir dapat menghasilkan perencanaan strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang dapat diimplementasikan pada Toko Mario *Collection* demi mengembangkan usahanya.
4. Data penjualan yang diambil pada Toko Mario *Collection* dari tahun 2021-2022.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Untuk menghasilkan tujuan pada penelitian :

1. Menentukan faktor - faktor *internal* dan *eksternal* yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection*
2. Menentukan kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection*
3. Menghasilkan strategi pemasaran yang sesuai atau terbaik bagi Toko Mario *Collection* guna mengembangkan usahanya.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari kebermanfaatannya hasil penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi Perusahaan :
  - a. Penelitian dapat menghaturkan pemberian dan pertimbangan mengenai strategi taktik pemasaran usaha guna meningkatkan pemasaran maupun meluaskan pendapatan melalui kemampuan kapasitas yang dimiliki Toko Mario *Collection*.
  - b. Dapat menemukan strategi yang lebih baik bagi usahanya guna meningkatkan omset pelayanan.
2. Bagi Peneliti :
  - a. Diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat bermanfaat dalam dunia kerja.
  - b. Penelitian berguna untuk pengalaman produktif dalam menganalisa taktik pemasaran, khususnya guna organisasi usaha mandiri kecil menengah didalam perkembangan usaha.
3. Bagi Universitas :

- a. Penelitian dapat menghaturkan fitrah buah pemikiran dalam perkembangan guna melengkapi penelitian sebelumnya.
- b. Sebagai bahan Acuan dalam melakukan penelitian pada masa yang akan datang khususnya di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Investigasi ini dilakukan pada bulan Mei – Juli 2023 di Toko Mario *Collection*, Jl. Telaga Elok III No.3, Telaga murni, Kec. Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam memberikan pemahaman gambaran tentang isi penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menyajikan pengantar terhadap masalah yang akan dibahas terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini penulis menyajikan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang bagaimana data penelitian diperoleh serta bagaimana proses menganalisis data. Oleh karena itu pada bab ini mencakup

objek/lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, diagram alir dan cara analisis data.

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

Dalam bab ini berisi tentang cara pengumpulan data total penghasilan serta pengolahan data akan, dianalisis dengan menggunakan metode SWOT Analisis dan QSPM sehingga permasalahan yang ada mampu menghasilkan solusi objektif.

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dalam melakukan analisa terhadap solusi/upaya guna meningkatkan pendapatan dan penjualan pada perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

