

BAB I

PENDAHULIAN

Bab satu pendahuluan pada laporan akhir ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

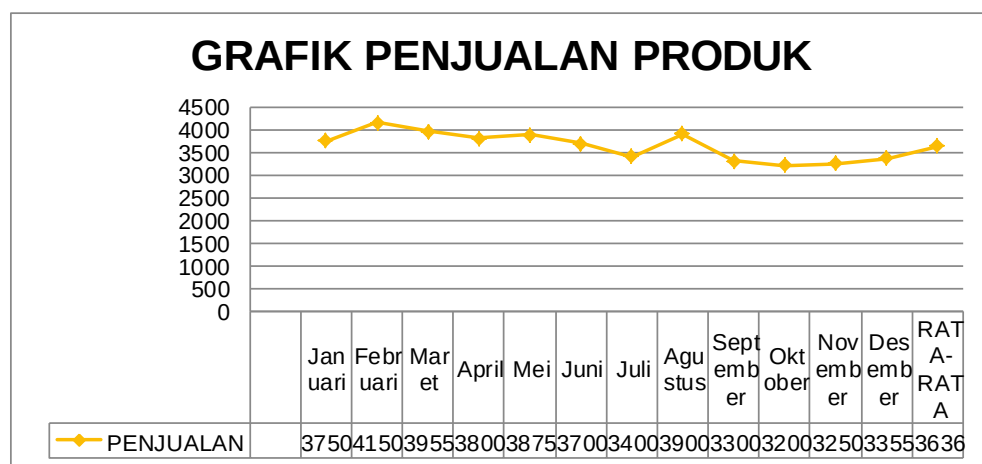
1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri di era digital membuat perusahaan berlomba-lomba dalam mengembangkan usahanya agar menjadi yang terbaik dalam memenuhi permintaan konsumen dan dapat bersaing dipasaran. Menurut (Yusuf et al., 2020), Berbagai strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan lama dan memikat pelanggan potensial, salah satunya menggunakan pemasaran digital. Pemasaran digital adalah salah satu dari strategi dalam mempromosikan suatu produk. Pontensi pasar dari pemasaran digital tidak hanya dari pembeli saja, tetapi dari penjual juga bersaing dalam membuat konten yang mereka posting dalam suatu situs web maupun aplikasi. Banyaknya para penjual yang mempromosikan produk dengan memberikan sesuatu yang berbeda, menarik, dan edukatif kepada para konsumen agar bisa menarik perhatian dan membuat konsumen memiliki minat beli. Usaha yang dilakukan para penjual produk ini dinamakan dengan istilah konten pemasaran (*content marketing*). *Content marketing* sekarang menjadi trend dalam strategi memasarkan suatu produk dimana para penjual saling berlomba-lomba menciptakan sesuatu hal yang baru.

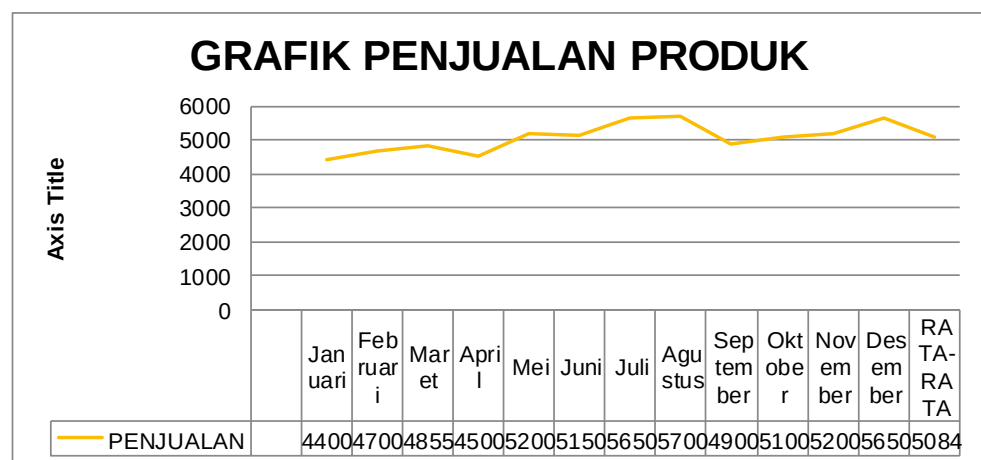
Menurut (Dewi et al., 2023), *Content marketing* merupakan strategi pemasaran yang memiliki tujuan untuk membuat, mendistribusikan dan mempublikasikan konten yang menarik kepada audients target. Konten yang dibuat berupa artikel, video, infografis dan sebagainya. Peran pemasaran menjadi aspek yang sangat penting dalam memikirkan strategi untuk mengembangkan usaha guna dikenal dikalangan masyarakat. Oleh karena itu, pentingnya dalam menentukan strategi yang sesuai untuk diimplementasikan suatu perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya.

Konveksi Armoury Sport merupakan UMKM yang bergerak dibidang konveksi sablon *digital printing* yang sudah berdiri sejak tahun 2021 dan

konveksi Armoury berada di daerah Bojonegoro Kota. Konveksi Armoury melayani pesanan pakaian olahraga seperti jenis jersey dan seragam olahraga. Produk yang paling banyak dipesan oleh konsumen yaitu pakaian jersey yang biasa dipesan dari dalam kota maupun luar kota. Jenis pelayanan yang dilakukan oleh konveksi Armoury yaitu menggunakan sistem pemesanan *make to order*. Banyaknya konveksi yang sudah lama berkembang membuat persaingan semakin ketat antara konveksi Armoury dengan konveksi yang lain dikarenakan konveksi Armoury termasuk konveksi yang baru berdiri ditahun 2021. Salah satu pesaing dari konveksi Armoury yang terutama didaerah Bojonegoro adalah konveksi Jsport yang sudah lama berdiri. Berikut merupakan data perbandingan penjualan produk konveksi Armoury *Sport* dan Jsport dari bulan Januari 2023-Desember 2023 adalah sebagai berikut:



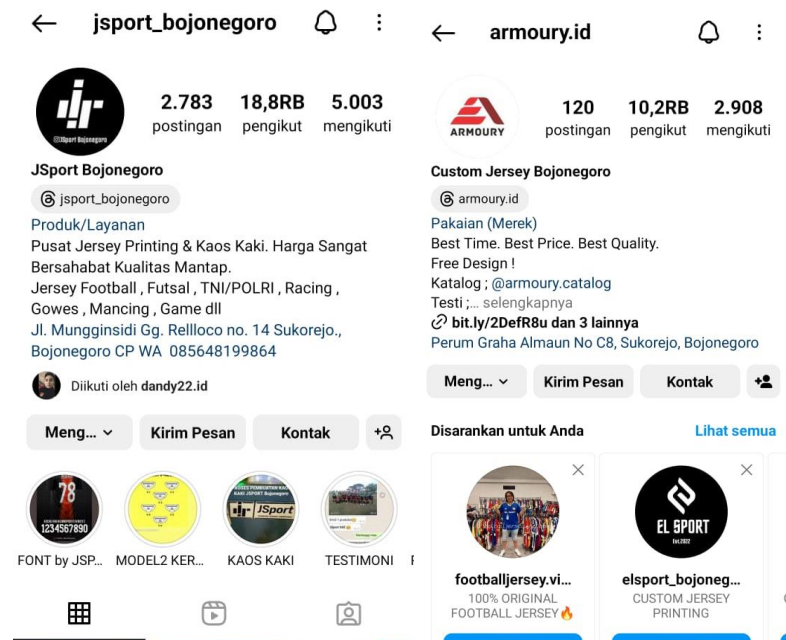
Gambar 1. 1 Grafik penjualan produk konveksi Armoury



Gambar 1. 2 Grafik penjualan produk konveksi Jsport

Grafik penjualan produk diatas menunjukkan data penjualan produk dari bulan Januari 2023 – Desember 2023. Dilihat dari grafik penjualan produk konveksi Armoury Sport mengalami penurunan yang terjadi pada bulan-bulan tertentu. Contoh dibulan Februari penjualan sebanyak 4150 pcs dan bulan Oktober mengalami penurunan yang cukup signifikan sebanyak 3200 pcs. Sedangkan dilihat dari grafik penjualan produk konveksi Jsport mengalami kenaikan secara terus menerus yang terjadi pada bulan Januari penjualan sebanyak 4400 pcs dan bulan Desember mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebanyak 5650 pcs. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan yang terjadi dikonveksi Armoury Sport sehingga produk yang dijual mengalami penurunan. Pihak konveksi perlu melakukan evaluasi terkait pemasaran untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar meningkatkan penjualan produk.

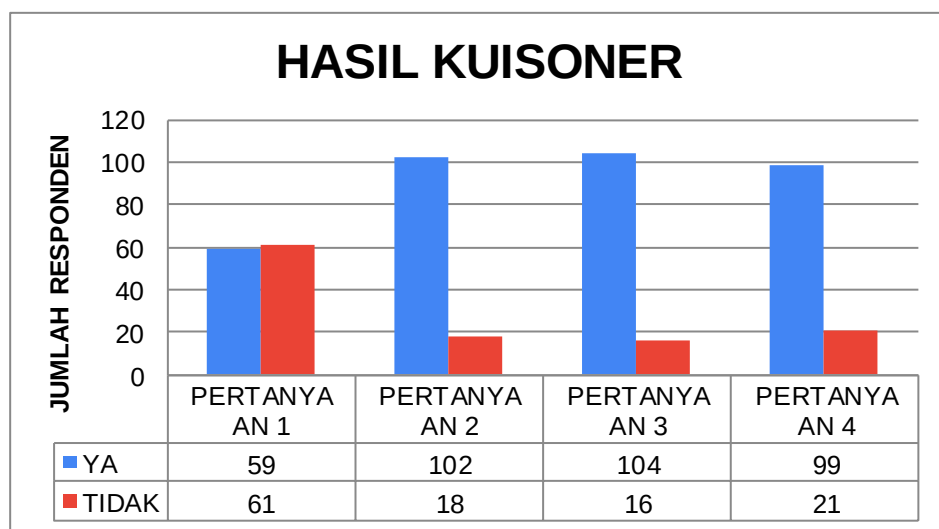
Peningkatan dalam pemasaran digital akan berpotensi untuk meningkatkan penjualan. Salah satu metode untuk memasarkan produk yaitu melalui dunia digital. Beragam media sosial yang digunakan untuk media promosi seperti Instragram, website, facebook, youtube dan lain-lain sangat berguna untuk melakukan pemasaran di era digital saat ini. Berikut merupakan perbandingan promosi antara konveksi Armoury Sport dan Jsport.



Gambar 1. 3 Perbandingan promosi penjualan produk konveksi Jsport dan Armoury

Gambar menunjukkan perbandingan digital marketing yang digunakan terlihat masih sangat jauh antara konveksi Armoury dan Jsport. Sosial media Instragram konveksi Jsport memiliki 18,8rb pengikut dengan jumlah postingan 2.783 sedangkan konveksi Armoury memiliki 10,2rb pengikut dengan jumlah postingan 120. Hal ini menunjukkan promosi yang dilakukan konveksi Armoury kurang update dalam promosi dimedia sosial.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti untuk memahami karakteristik pasar dari koveksi Armoury *Sport*, diperoleh hasil seperti tampak pada gambar diagram dan tabel 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Digram Hasil Kuisoner

Studi pendahuluan karakteristik pasar dari konveksi Armoury *Sport* diatas dilakukan dengan mengambil sampel responden sebanyak 120 responden yang berasal dari kalangan penggemar produk jersey di sekolah-sekolah, pusat perbelanjaan, dan klub bola yang ada disekitar wilayah kota Bojonegoro. Gambar 1.10 menunjukkan hasil dari kuisoner yang sudah peneliti sebarakan melalui wawancara terhadap responden. Berikut merupakan tabel pertanyaan dari kuisoner yang telah disebarakan dan hasil dari pernyataan responden sebagai berikut:

Tabel 1.1 Studi Pendahuluan

NO	Pertanyaan Kuisioner Studi Pendahuluan	PERSENTASE	
		YA	TIDAK
1	Apakah anda mengetahui tentang koveksi Armoury <i>Sport</i> yang berada di Bojonegoro Kota?	49%	51%
2	Menurut anda apakah produk yang dibuat oleh koveksi Armoury <i>Sport</i> memiliki desain yang bagus sesuai dengan pernyataan diatas?	85%	15%
3	Menurut anda apakah produk yang dibuat oleh koveksi Armoury <i>Sport</i> memiliki kualitas bahan yang bagus sesuai dengan pernyataan diatas?	86%	14%
4	Menurut anda apakah produk yang dibuat oleh koveksi Armoury <i>Sport</i> memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan pernyataan diatas?	82%	18%

Tabel 1.1 diatas terdapat informasi bahwa sebagian besar responden (51%) belum mengetahui bahwa ada konveksi yang bernama Armoury *Sport* yang memproduksi jersey di kota Bojonegoro. Hal ini menandakan bahwa produk jersey konveksi Armoury *Sport* belum dikenal oleh sebagian besar masyarakat Bojonegoro. Dengan demikian konveksi Armoury *Sport* dapat memanfaatkan pasar yang belum dijangkau seperti informasi dari tabel 1.1. Tabel 1.1 didapatkan juga informasi bahwa sebagian besar responden (85%) menyatakan bahwa kualitas desain jersey yang dibuat oleh konveksi Armoury *Sport* adalah bagus. Hal ini menandakan bahwa dari sisi kualitas desain jersey yang dibuat konveksi Armoury *Sport* mempunyai potensi untuk mengembangkan pasarnya melalui keunggulan kompetitif dari kualitas desain jersey konveksi Armoury *Sport* ini. Begitu juga informasi mengenai kualitas bahan jersey bagus dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang masalah dan studi pendahuluan, peneliti tertarik akan mengangkat permasalahan tentang strategi pengembangan pasar konveksi Armoury *Sport* dengan pendekatan pada *digital marketing* yang memiliki peranan penting dalam promosi di media online. Metode yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan model kano dan *quality function deployment* (QFD). Berdasarkan penelitian Dyana (2020), metode *quality function deployment* (QFD) berfungsi sebagai metode perbaikan produk untuk mengembangkan maupun

meningkatkan kualitas dengan cara menganalisa atribut yang melekat pada suatu produk berdasarkan rekomendasi konsumen. Metode QFD pada penelitian kali ini digunakan untuk evaluasi kepuasan konsumen dengan cara mengidentifikasi atribut, hasil VOC(*voice of customer*) dimasukan kedalam QFD dengan tujuan untuk mengetahui respon yang diberikan oleh owner untuk memenuhi suara dari konsumen dan bisa digunakan usulan untuk strategi pemasaran *digital marketing* dalam mengembangkan usaha maupun meningkatkan penjualan produk, oleh karena itu penelitian ini berjudul “*Strategi Pemasaran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Dengan Pendekatan Quality Function Deployment (QFD)*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dialami konveksi Armoury Sport terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk dijadikan perbaikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen?
2. Apa saja respon teknis yang sesuai untuk dijadikan usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan produk jersey konveksi Armoury Sport?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk dijadikan perbaikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Untuk mengetahui respon teknis yang sesuai untuk dijadikan usulan dalam pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan produk jersey konveksi Armoury Sport.

1.4 Manfaat Penelitian

Sehubung dengan tujuan penelitian diatas, adapun manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti
Diharapkan bisa menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan terutama mengenai strategi dalam mengembangkan suatu usaha dalam persaingan dan sebagai proses kegiatan belajar secara terus menerus untuk memperoleh ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
2. Manfaat bagi UMKM
Memberikan pemahaman dalam mengembangkan usahanya dengan menggunakan penerapan *digital marketing* dalam pengembangan penjualan produk jersey konveksi Armoury Sport.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah berdasarkan lingkup permasalahan yang ada diatas yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada *digital marketing* dalam peningkatan penjualan produk jersey konveksi Armoury Sport.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan proposal penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan pada laporan akhir ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi-asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka berisikan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dan menjelaskan mengenai pengertian dari pemasaran, pengertian strategi, pengertian strategi pemasaran, dan pengertian *marketing mix*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab tiga metode penelitian pada laporan akhir ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam menangani permasalahan dan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam menangani permasalahan pada penelitian ini meliputi objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, jenis dan tipe data, teknik pengumpulan data, dan *flowchart* penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil dan pembahasan ini berisikan mengenai hasil pengumpulan data dan pengolahan data dari proses penelitian yang telah dilakukan. Hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini akan dianalisa untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima kesimpulan dan saran ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya agar menjadi acuan lebih baik lagi kedepannya.