

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Busana muslimah sekarang menjadi tren dalam pilihan berbusana bagi muslimah terutama di Indonesia seiring dengan perkembangan zaman. Munculnya beragam model dan bahan yang bervariasi merupakan salah satu bukti berkembangnya beragam jenis pakaian. Maraknya tren busana muslim di Indonesia menjadi peluang bagi para pengusaha. Hal tersebut membuat banyaknya pengusaha atau produsen menawarkan beragam jenis dan model busana muslimah (Anafarhanah, 2019). Indonesia merupakan salah satu negara mayoritas penduduknya beragama islam. Usaha *fashion* muslimah saat ini merupakan suatu kebutuhan bagi kalangan muslimah, sehingga kebutuhan jilbab dan busana muslim meningkat secara signifikan. Saat ini jilbab bukan lagi hanya sekedar penutup kepala, namun sudah menjadi keharusan agar penampilan menjadi lebih modis dan menarik. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jilbab dan kerudung pada seluruh pusat perbelanjaan. Usaha ini merupakan suatu usaha yang kemungkinan ruginya cukup kecil karena busana muslim atau muslimah merupakan suatu produk yang tidak mudah rusak, namun harus selalu mengikuti tren dan model. (Amalina et al., 2022)

Persaingan yang semakin ketat membuat para pelaku usaha untuk terus memiliki strategi usaha agar usahanya tetap bertahan dan terus berkembang pada kondisi apapun. Persaingan yang terus meningkat memaksa para pemilik usaha untuk terus membuat ide yang kreatif dan inovatif untuk mengalahkan pesaing terutama yang berada di industri yang serupa. Suatu rencana yang dikembangkan oleh seorang dalam suatu perusahaan yang memiliki tujuan untuk jangka panjang untuk meningkatkan bisnis perusahaan disebut strategi. Strategi yang baik diperlukan untuk menghadapi persaingan. Pemasaran yaitu suatu proses dimana individu atau kelompok

mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan cara mempertukarkan suatu produk dan nilai dengan individu lain. (Musyawarah & Idayanti, 2022).

Alichsan merupakan salah satu usaha konveksi yang memproduksi jilbab dan jubah perempuan. Lokasi Alichsan berada di Desa Srowo, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Proses produksi yang dilakukan Alichsan yaitu menggunakan cara *Make To Order* yang mana sistem produksi *Make To Order* yaitu pembuatan produk dilakukan setelah menerima pesanan oleh konsumen. Saat ini pemasaran yang dilakukan Alichsan masih menggunakan pemasaran secara langsung menggunakan relasi yang dikenal sehingga pemasarannya masih terbatas dan cakupannya masih terbatas. Penjualan jilbab dan jubah perempuan dari Alichsan akhir-akhir ini mengalami penurunan jumlah produksi yang disebabkan oleh kurang maksimalnya strategi pemasaran yang digunakan. Berikut ini adalah identifikasi awal penyebab penurunan jumlah penjualan dari Alichsan menurut beberapa costumer.

Tabel 1.1 Identifikasi Awal Menurut Konsumen

No	Identifikasi awal permasalahan (Costumer)
1	Promosi kurang menarik.
2	Update desain terbaru masih tertinggal dengan konveksi lain.
3	Tidak ada tempat khusus untuk menampung kritik dan saran.
4	Media informasi yang digunakan kurang menjangkau seluruh konsumen.
5	Tidak memiliki sosial media sama sekali untuk memasarkan produk ke lebih banyak pelanggan.

Berdasarkan tabel 1.1 telah dijelaskan terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penurunan jumlah penjualan pada Alichsan. Berikut ini adalah tabel penjualan dua tahun terakhir Alichsan.

Tabel 1.2 Rekapitan Penjualan 2022-2023

Tahun	Bulan	Jumlah Pesanan
2022	Maret	480
2022	April	160
2022	Mei	700
2022	Juni	220
2022	Juli	200
2022	Agustus	250
2022	September	330
2022	Oktober	210
2022	November	180
2022	Desember	190
2023	Januari	320
2023	Februari	240

Tabel 1.3 Rekapitan penjualan 2023-2024

Tahun	Bulan	Gamis/Jubah	Jilbab	Total
2023	Maret	320	80	400
2023	April	80	40	120
2023	Mei	420	180	600
2023	Juni	155	25	180
2023	Juli	80	40	120
2023	Agustus	190	30	220
2023	September	220	60	280
2023	Oktober	135	45	180
2023	November	100	40	140
2023	Desember	85	35	120
2024	Januari	245	55	300
2024	Februari	160	50	210

Tabel 1.2 dan 1.3 merupakan tabel rekapitan penjualan produk dari Alichsan. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada beberapa bulan mengalami penurunan jumlah produksi. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada bulan mei 2023 jumlah pesanan sebesar 600 lalu pada bulan juni jumlah pesanan menjadi 180. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik Alichsan terjadinya naik turun penjualan disebabkan oleh faktor musiman seperti bulan puasa, hari raya Idul Fitri, dan tahun ajaran baru. Untuk meningkatkan penjualan dan produksi pada Alichsan diperlukan strategi pemasaran yang tepat.

Agar dapat membuat usulan strategi yang tepat, maka harus dilakukan analisa model bisnis terlebih dahulu. Analisa model bisnis dapat dilakukan dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*. Menurut Mandamdari & Widjojoko, (2022), metode *Business Model Canvas (BMC)* merupakan suatu konsep model bisnis yang dapat merubah konsep bisnis awal yang rumit menjadi sederhana dan mudah dipahami juga dapat digunakan untuk membuat formulasi strategi bisnis perusahaan. *Business Model Canvas (BMC)* dibuat dalam bentuk kanvas yang terdiri dari sembilan elemen, yaitu *customer segment*, *Value Proposition*, *channel*, *Customer Relationship*, *revenue stream*, *Key Resources*, *key activity*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*. Menurut Teuku Umar et al. (2024), *customer segment* merupakan target pasar, pada *customer segment* dijelaskan siapa saja yang akan menjadi target bisnis. *Value Proposition* menjelaskan tentang nilai yang ditawarkan oleh suatu usaha kepada pelanggan. *Channel* merupakan suatu media yang digunakan untuk berinteraksi antara pelaku usaha dengan konsumen mengenai produk yang ditawarkan. *Customer Relationship* atau hubungan konsumen yaitu menjalin hubungan interaksi dengan konsumen agar konsumen tidak mudah berpaling ke kompetitor. *Revenue stream* merupakan sumber pendapatan yang berasal dari usaha bisnis. *Key Resources* merupakan seluruh sumber daya yang dimiliki suatu usaha untuk mewujudkan *Value Proposition*. *Key activity* adalah suatu elemen pada BMC yang menjelaskan tentang seluruh aktivitas yang dijalankan pada suatu bisnis atau usaha. *Key Partnership* adalah elemen pada BMC yang berisi tentang sumber daya dari luar perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi *key activity*. *Cost Structure* berisi seluruh pemerataan biaya untuk mengelola bisnis sesuai dengan *Value Proposition*.

Pada sebuah penelitian yang berjudul “Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode TOPSIS” yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan perusahaan yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan dan memberikan usulan strategi yang tepat kepada A. Bakery berdasarkan strategi yang menjadi prioritas yang diketahui dengan menggunakan metode TOPSIS. Pembuatan strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan SWOT yang prosesnya meliputi perhitungan matriks IFE dan EFE, membuat matriks SWOT, dan

membuat kuadran SWOT. Hasil dari penelitian ini yaitu pada kondisi A. Bakery saat ini berada pada kuadran 2 dan pada penggunaan metode TOPSIS dinyatakan bahwa strategi yang harus diprioritaskan yaitu mendaftarkan produk A. Bakery ke layanan pesan antar online. (Assylla & Nugraha, 2022)

Pada sebuah penelitian yang berjudul “Pemilihan Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Metode SWOT-AHP-TOPSIS di PT Indonina Lautan Berlian” Penelitian tersebut bertujuan untuk mencari strategi terbaik untuk digunakan pada perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan metode SWOT, AHP, dan TOPSIS. Metode SWOT digunakan untuk menghasilkan beberapa strategi, lalu akan dilakukan pembobotan dengan metode AHP, dan setelah itu dilakukan perhitungan TOPSIS untuk mengetahui prioritas strategi terbaik. (Putri & Ilhamsyah Akbar, 2019)

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian terdahulu tersebut yaitu metode SWOT, AHP (*Analytical Hierarchy Process*), dan TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) dapat memberikan usulan strategi yang paling tepat untuk suatu usaha serta dapat memberikan strategi mana yang menjadi prioritas untuk dapat diterapkan pada suatu usaha. Analisis SWOT berfungsi untuk membuat strategi yang tepat dan dapat diterapkan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu usaha. Setelah didapatkan strategi melalui SWOT selanjutnya dilakukan pembobotan tiap alternatif dengan AHP (*Analytical Hierarchy Process*), lalu dilanjutkan dengan perhitungan prioritas strategi berdasarkan inputan dari AHP dengan menggunakan TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) agar mendapatkan strategi terbaik yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dari penelitian berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan.

1. Bagaimana usulan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alichsan?

2. Strategi bisnis apa yang menjadi prioritas dan paling tepat untuk meningkatkan penjualan pada Alichsan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan.

1. Mengetahui usulan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian.
2. Mengetahui strategi bisnis yang menjadi prioritas dan paling tepat untuk meningkatkan penjualan pada Alichsan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah manfaat pada penelitian ini.

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan oleh pemilik usaha tentang strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan penjualan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau menambah kajian mengenai topik strategi pemasaran menggunakan metode SWOT, AHP, dan TOPSIS.

1.5 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan masalah penelitian pada tugas akhir.

1. Kuesioner disebarkan pada responden yang memiliki kriteria pembelian atau pemesanan pada konveksi jubah dan jilbab perempuan Alichsan.
2. Penelitian ini hanya merupakan usulan strategi untuk Alichsan, direalisasikan atau tidaknya merupakan keputusan dari pemilik Alichsan.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan laporan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan pada penelitian ini dan digunakan sebagai acuan atau penunjang pada penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga merupakan metodologi penelitian yang menjelaskan metode apa yang akan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dan langkah-langkah yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan tentang pengolahan data mulai dari pengambilan data perekapan data sampai pengolahan data menggunakan metode yang digunakan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima merupakan kesimpulan dan saran yang menjelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini dan masukan atau saran agar penelitian yang akan datang dapat lebih baik lagi.