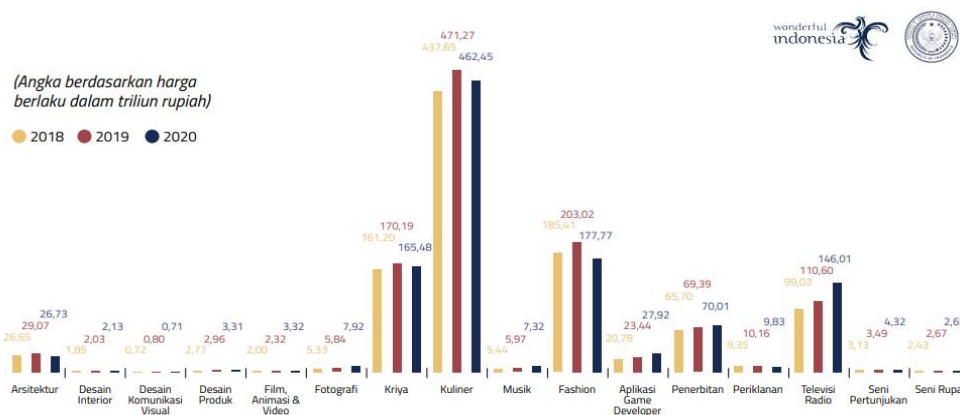


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin cepat menuntut masyarakat untuk bergerak secara dinamis, termasuk dalam aspek industri yang kini menjadi fokus perhatian karena persaingan yang ketat. Ketatnya persaingan menjadi tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Kondisi pasar yang terus berubah-ubah menuntut perusahaan untuk menjadi *flexibel* dalam mengikuti *trand* dan merancang strategi yang tepat agar dapat bersaing (Pratika et al., 2022). Strategi pemasaran yang efektif mampu mendorong peningkatan penjualan. yang menjadi prioritas bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal. Penerapan strategi berpengaruh langsung terhadap kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuannya (Ivan S & Singgih, 2023). Selain perusahaan, UMKM juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang sesuai. UMKM yang bergerak di industri *fashion* merupakan bentuk industri yang berkembang pesat dan termasuk dalam kelompok industri ekonomi kreatif di Indonesia yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi (Ramadhan & Rukmana, 2023).



Gambar 1.1 Perkembangan PDB Ekonomi Kreatif berdasarkan Sub-Sektor 2018 – 2020
(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021)

Data Kemenparekraf tahun 2020 menunjukkan bahwa subsektor *fashion* menyumbang 18% PDB (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Subsektor *fashion* terdiri dari produk pakaian, alas kaki, dompet, tas, dll. Kabupaten Sidoarjo, terutama di Kecamatan Tanggulangin industri *fashion* yang berbahan

kulit berkembang pesat seperti tas, koper, sepatu, dompet, sandal, jaket, dan juga aksesoris. CV. Syam Croco sebagai salah satu pelaku usaha dibidang tersebut.

CV. Syam Croco merupakan salah satu CV yang berada di daerah Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Produk yang diproduksi yaitu tas kulit yang terbuat dari kulit sapi. Jenis tas kulit yang diproduksi mulai dari tas jinjing, tas selempang (*sling bag*), dan lainnya (Gambar 1.2). CV. Syam Croco saat ini menerapkan strategi pemasaran yaitu dengan mengikuti pameran-pameran dan toko *offline* untuk memasarkan produknya. Selain itu CV. Syam Croco juga belum menggunakan teknologi untuk memasarkan produknya.



Gambar 1.2 Produk tas kulit dari CV. Syam Croco

Permasalahan yang terjadi yaitu penjualan yang tidak menentu, seperti yang terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Penjualan produk periode Maret 2023- Februari 2024

No	Priode	Jumlah
1	Mar-23	19
2	Apr-23	24
3	Mei-23	19
4	Jun-23	22
5	Jul-23	20
6	Ags-23	23
7	Sep-23	21
8	Okt-23	40
9	Nov-23	30
10	Des-23	25
11	Jan-24	23
12	Feb-24	19

Penjualan CV. Syam Croco mengalami fluktuatif tiap bulannya, hal ini terlihat pada tabel 1.1. Dalam sebulan rata-rata produksi tas kulit yaitu 35 pcs, dengan target penjualan 30 pcs per bulan. Penjualan baru bisa mencapai target pada Oktober 2023 dengan 40 pcs terjual dan November 2023 dengan 30 pcs terjual karena adanya

Pameran Jatim *Expo*, Pameran Biro Perekonomian Jatim, dan Pameran Jatim *Park* 3. Namun, bulan Desember 2023 penjualan menurun menjadi 25 pcs meskipun produksi tetap 35 pcs. Januari 2024 hanya terjual 23 pcs dari produksi 35 pcs, sementara Februari 2024 hanya terjual 19 pcs dari 33 pcs produksi. Tas kulit yang tidak terjual disimpan sebagai stok untuk dijual di bulan berikutnya. Tas kulit yang tidak terjual disimpan dalam lemari dengan penempatan tas yang ditumpuk-tumpuk, hal ini berakibat menurunnya kualitas tas tersebut dan berpengaruh pada harga jual tas kulit yang menurun sebesar 10%.

Banyaknya pesaing dalam meraih pangsa pasar membuat persaingan semakin ketat, sehingga CV. Syam Croco perlu mempertimbangkan dengan cermat strategi yang akan diambil dengan cara menemukan peluang untuk menguasai pasar yang ada. Peneliti melakukan penelitian awal dengan cara *benchmarking* dengan pesaingnya, seperti pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 *Benchmarking* produk dengan para pesaing

Benchmarking	Toko		
	Syam Croco	Purnama	Pusgitta
Product	Tas Kulit Sapi, Buaya Cetak (Sapi)	Tas Kulit Sapi, Buaya Cetak (Sapi)	Tas Kulit Sapi, Buaya Cetak (Sapi), Sintesis
Price	Rp. 300.000 - Rp. 1.200.000	Rp. 400.000 - Rp. 1.500.000	Rp. 300.000 - Rp. 1.500.000
Promotion	Pameran dan Toko <i>Offline</i>	Toko <i>Offline</i> , <i>Shopee</i> , Instagram, Facebook	Toko <i>Offline</i> dan Instagram
Place	Toko strategis dan mudah dijangkau	Toko strategis dan mudah dijangkau	Toko strategis dan mudah dijangkau

Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa harga jual dari tas kulit CV. Syam Croco paling rendah. Promosi yang dilakukan juga masih kurang, hanya mengandalkan pameran dan toko *offline*, sedangkan pesaing sudah menerapkan teknologi untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan tas kulit, sehingga penelitian dilakukan untuk mencari alternatif strategi pemasaran pada CV. Syam Croco.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah merumuskan solusi strategi pemasaran yang efektif, guna meningkatkan penjualan serta daya saing perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang berpengaruh. Penelitian ini Metode menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran perusahaan. Metode BCG (*Boston Consulting Group*) digunakan untuk membantu alokasi sumber daya berdasarkan pertumbuhan pasar dan pangsa pasar. QSPM (*Quantitative Strategic*

Planning Matrix) digunakan untuk menilai dan memprioritaskan strategi alternatif yang paling cocok bagi perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran pada CV. Syam Croco?
2. Bagaimana posisi bisnis CV. Syam Croco dalam matriks pertumbuhan dan pangsa pasar?
3. Bagaimana alternatif strategi yang terbaik yang dapat diterapkan pada kegiatan pemasaran CV. Syam Croco?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh pada strategi pemasaran pada CV. Syam Croco.
2. Menentukan posisi bisnis CV. Syam Croco dalam matriks pertumbuhan dan pangsa pasar.
3. Menentukan alternatif strategi yang terbaik dalam pemasaran produk tas kulit di CV. Syam Croco.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi yang dapat membantu untuk pengembangan strategi pemasaran yang efektif bagi CV. Syam Croco untuk meningkatkan penjualan produk tas kulit.
2. Penelitian ini dapat digunakan untuk sumber referensi atau sekedar memberikan pengetahuan mengenai topik strategi pemasaran dan metode penyelesaiannya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini berfokus pada produk tas kulit sapi CV. Syam Croco.
2. Penelitian tidak memperhatikan perhitungan biaya dalam produksi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab di mana pada setiap bab berisi penjelasan hasil yang dilakukan selama penelitian. Sistematika penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan mencakup latar belakang dari permasalahan yang terjadi, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua menerangkan teori-teori dan metode yang mendukung dalam pengerjaan skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga metode penelitian menjelaskan jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, metode penyelesaian, serta *flowchart* penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat hasil dan pembahasan menjelaskan tentang pengambilan data, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisa analisa dari metode yang digunakan untuk memecahkan permasalahan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima kesimpulan dan saran menjelaskan kesimpulan menjawab tujuan dari penelitian dan memberikan saran rekomendasi pada pihak CV. Syam Croco sebagai masukan untuk memperbaiki permasalahan yang terjadi serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi informasi tentang referensi yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jurnal, buku, dan lain sebagainya.

LAMPIRAN