

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan berkembangnya ilmu pengetahuan teknologi, menuntut dunia usaha untuk lebih meningkatkan persaingan bisnis dengan usaha-usaha sejenis di Indonesia. Persaingan yang terjadi antara perusahaan bertujuan sama yaitu untuk memenuhi laba perusahaan. Berkembangnya teknologi dalam dunia usaha berpengaruh besar terhadap persaingan-persaingan dalam sebuah perusahaan. Khususnya persaingan perusahaan yang bergerak dibidang *fashion*, bukan hanya persaingan antara perusahaan tantangan utama adalah semakin meningkatnya usaha sepatu di Desa Sukaresmi Bogor. Banyak pengusaha sepatu yang gulung tikar karena lemahnya penjualan konvensional ke penjualan *online*, bahkan untuk harga sendiri para pengrajin sepatu mengalami naik turunnya harga dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang menjual sepatu lebih murah dibandingkan harga pasar sebelumnya.

Maka setiap perusahaan harus mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dengan menyiapkan strategi-strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Saat ini *industry fashion* menjadi gaya hidup (*lifestyle*) yang banyak diminati oleh masyarakat terutama sepatu. Perkembangan dunia *fashion* menjadi hal yang penting bagi Sebagian kalangan, banyak orang yang ingin berpenampilan berbeda dengan orang lain dan menarik, apalagi dalam pergaulan penampilan menjadi sangat penting untuk diperhatikan. *Fashion* juga membuat diri lebih nyaman dan lebih percaya diri, bahkan cara berpakaian seseorang dapat menunjukkan jati diri seseorang serta kelas sosial dari Sebagian kalangan, sehingga tidak heran banyak orang yang rela menabung bahkan mengeluarkan Sebagian penghasilannya untuk membeli barang baru yang diinginkannya.

Mengingat pentingnya *fashion* bagi Sebagian masyarakat yang semakin lama semakin meningkat menunjukkan bahwa adanya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Pada dasarnya terdapat beberapa faktor-faktor yang menjadi alasan suatu perusahaan dapat menarik perhatian minat konsumen, faktor tersebut diantaranya adalah bagaimana sebuah perusahaan tersebut dapat memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik, menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan

kualitas serta pelayanan yang terbaik dan yang terpenting juga adalah melakukan strategi-strategi pemasaran yang efektif. Untuk dapat memperoleh hasil yang optimal pada perusahaan, maka sangat diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Disamping itu, perusahaan juga perlu melihat kondisi internal dan eksternal pada perusahaan agar posisi produknya mampu bersaing. Faktor-faktor eksternal tersebut diantaranya persaingan, permintaan, keadaan ekonomi, politik, serta budaya. Sedangkan faktor internal adalah *marketing mix* (7p) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat) *people* (sumber daya manusia), *process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik). Pada hakikatnya perusahaan mempunyai suatu tujuan yang sama yaitu mampu meningkatkan jumlah penjualan dan keuntungan pada perusahaan. Maka hal ini dapat membangkitkan rasa semangat para pelaku usaha untuk berlomba-lomba membangun bisnis yang dibutuhkan di era sekarang, agar memicu tingkat persaingan di sektor bisnis usaha *fashion* termasuk sepatu. Usaha sepatu menjadi semakin berkembang pesat yang dapat dilihat dari banyaknya ragam jenis sepatu yang banyak dipasarkan. Adapun macam-macam harga sepatu yaitu mulai dari sepatu anak-anak, sepatu remaja, sepatu dewasa dan lain-lain, dalam penentuan harga sepatu merek Solid Shoes merupakan hal yang sangat penting dan menjadi unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan bagi perusahaan dan menunjukkan posisi dalam sebuah persaingan. Dengan adanya sepatu merek Solid Shoes diatas, maka harga sepatu dapat berubah-ubah setiap tahunnya mengikuti perkembangan jaman. Berikut rincian harga sepatu dan sandal di perusahaan Solid Shoes tahun 2022/2023 :

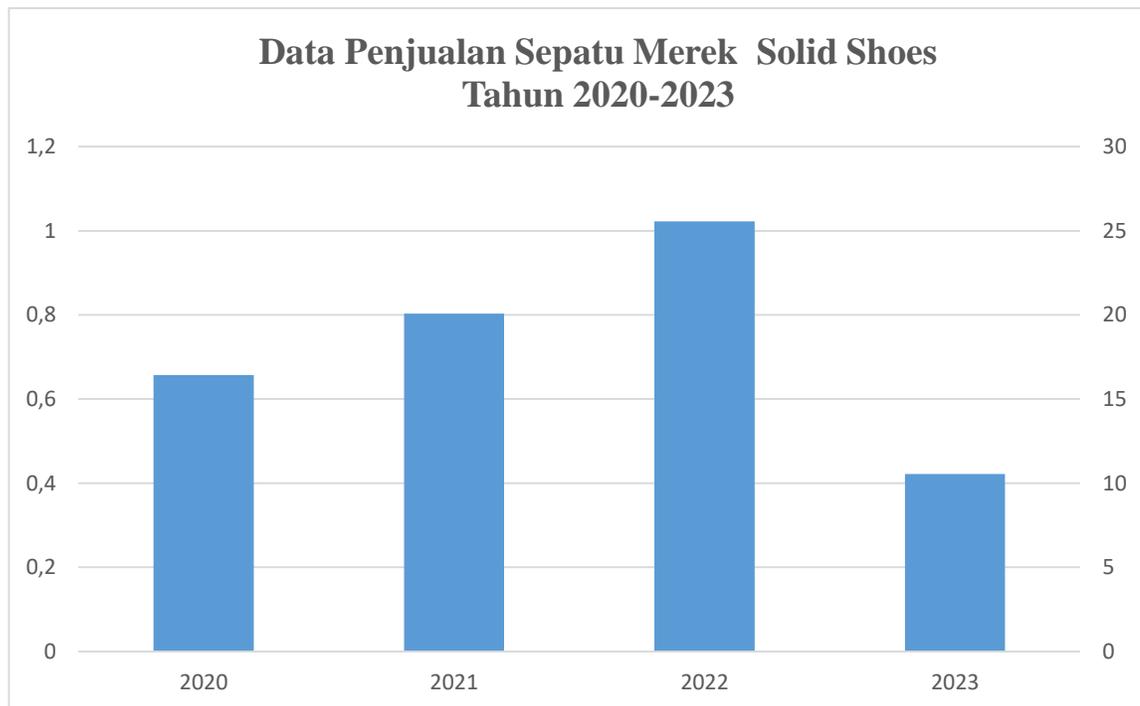
**Tabel 1.1 Daftar Harga Sepatu dan Sandal Merek Solid Shoes**  
**DAFTAR HARGA SEPATU DAN SANDAL MEREK SOLID SHOES**  
**TAHUN PENJUALAN 2022/2023**

No	Nama Barang	Harga Per Kodi	Harga Per Pasang
1	Sepatu sneakers remaja (L/P)	Rp. 650.000	Rp. 32.500
2	Sepatu sneakers dewasa (L/P)	Rp. 700.000	Rp. 35.000
3	Flat shoes remaja/dewasa (P)	Rp. 700.000	Rp. 35.000
4	Sandal hils remaja/dewasa (P)	Rp. 800.000	Rp. 40.000

*Sumber : Penelitian (2023)*

Perusahaan Solid Shoes merupakan usaha yang bergerak di bidang *fashion* dalam hal ini sepatu di Desa Sukaresmi Bogor yang dibawah Pimpinan Bapak Rahmat yang beralamat di Jl. Raya Cileueur Kadir No. 18 Kp. Cileueur Kadir Desa Sukaresmi Kabupaten Bogor. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan Solid Shoes sesuai dengan kebutuhan masyarakat masa kini yaitu sepatu pada umumnya yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Solid Shoes merupakan salah satu merek sepatu dengan konsep solidaritas “*solidarity*” dengan beragam macam model pilihan sesuai keinginan konsumen dan bukan hanya itu saja Solid Shoes juga menyediakan beragam stok sepatu mulai dari sepatu sneakers remaja, sneakers dewasa, flats shoes, dan hils perempuan. Banyak sekali yang meminta barang seperti toko-toko sepatu, pasar swalayan, dan para pengusaha *online shop*. Solid Shoes juga sudah memiliki toko *online shop* sendiri, bahkan mempunyai pelanggan tetapnya sendiri.

Berikut data penjualan sepatu merek Solid Shoes dalam beberapa periode, yaitu sebagai berikut :



Sumber : Penelitian (2023)

**Gambar 1.1 Data Penjualan Sepatu Merek Solid Shoes**  
**Data Penjualan Sepatu Merek Solid Shoes Dalam Beberapa Periode**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Promosi yang dilakukan oleh Solid Shoes hanya menggunakan sistem online shop maka Solid Shoes harus memperbaiki promosi melalui online shop itu sendiri.
2. Di era yang semakin canggih ini banyak masyarakat berbelanja melalui online shop dibandingkan belanja secara langsung (offline).
3. Kurangnya pengetahuan mengenai kekurangan, kelebihan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan Solid Shoes.
4. Kurangnya jumlah stok barang ketika banyaknya pesanan dari online shop.
5. Kurangnya bahan baku dikarenakan kenaikan harga yang tidak stabil.

## **1.3. Batasan Masalah**

Hasil identifikasi masalah yang ada di Solid Shoes menunjukkan bahwa masih banyak terdapat masalah yang ada. Guna mencegah melebarnya penelitian dan karena keterbatasan yang penulis miliki maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada strategi berdasarkan matriks SWOT pada penelitian strategi pemasaran.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang yang dikemukakan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan Solid Shoes ?
2. Faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan Solid Shoes ?
3. Bagaimana bentuk strategi Pemasaran berdasarkan bauran pemasaran diperusahaan Solid Shoes ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagaiberikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan Solid Shoes.
2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan Solid Shoes.
3. Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan Solid Shoes dengan menggunakan analisis SWOT.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan  
Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan yang dapat dijadikan saran dan informasi yang berguna bagi perusahaan Solid Shoes. Dan membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang sudah ada yang khususnya berkaitan dengan strategi pemasaran dan merek.
2. Bagi penulis  
Manfaat penelitian ini bagi penulis dapat menjadikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai strategi pemasaran.
3. Bagi penelitian selanjutnya  
Penelitian ini dapat digunakan sumber bencana dalam mahakarya ilmu dan menjadi bahan referensi atau masukan bagi penelitian dimasa yang akan datang.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman, maka penulis membaginya kedalam lima bab. Adapun pokok yang dibahas pada bab tersebut dikemukakan sebagai berikut:

**BAB 1           PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

**BAB II           LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dari definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir serta beberapa literatur yang relevan.

**BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data.

**BAB IV          HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomenayang ada dalam penelitian.

**BAB V           SIMPULAN DAN SASARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan, yang secara sah digunakan dalam menyusun ini.