

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *Fashion* yang kreatif dan inovatif semakin meningkat untuk saling bersaing agar memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Salah satu produk *fashion* yang di gemari kalangan wanita yaitu tas kulit wanita. Untuk memilih produk *fashion* seperti tas kulit, memang tidak mudah. Selain kenyamanan, desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang penting. Salah satu kota besar penghasil industri *Fashion* di Indonesia yaitu Kota Bandung. Industri *Fashion* di kota Bandung termasuk dalam sektor yang membantu meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar dibandingkan industri lainnya. Hal tersebut didukung dengan data kontribusi subsektor industri kreatif di kota Bandung Tahun 2016 dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1 kontribusi subsektor industri kreatif di kota Bandung Tahun 2016

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Presentase
1	Periklanan	Rp 8.305.034.367	7,93%
2	Arsitektur	Rp 4.134.446.695	3,95%
3	Pasar Barang Seni	Rp 685.870.805	0,65%
4	kerajinan	Rp 10.170.688.435	10,82%
5	Kuliner	Rp 16.080.768.980	15,62%
6	Desain	Rp 6.159.598.596	5,88%
7	<i>Fashion</i>	Rp 45.803.769.843	43,71%
8	Video, Flim, Fotografi	Rp 250.431.983	0,24%
9	Permainan Interaktif	Rp 337.392.321	0,32%
10	Musik	Rp 3.824.179.411	3,65%
11	Seni Pertunjukan	Rp 124.467.644	0,12%
12	Penerbit dan Percetakan	Rp 4.283.989.793	4,09%
13	Layanan Komputer dan Perangkat Lunak	Rp 1.040.637.861	0,99%
14	Televisi dan Radio	Rp 2.136.827.023	2,03%

Sumber : Data Industri Kreatif Kota Bandung (Kompas), 2018

Berdasarkan data Tabel 1.1 bahwa industri *Fashion* menjadi industri tertinggi yang menyumbangkan kontribusi untuk PDB sebesar 43,71%. Salah satu industri *fashion* yang di gemari wanita ialah tas kulit wanita. Sehingga berbagai koleksi tas kulit terkini ditawarkan para produsen di kota Bandung dengan harga yang beragam dan bersaing serta terjangkau. Tas kulit dibuat dengan desain, pola, model, dan gambar yang menarik dan banyak variasinya supaya dapat memenuhi kebutuhan pemakainya.

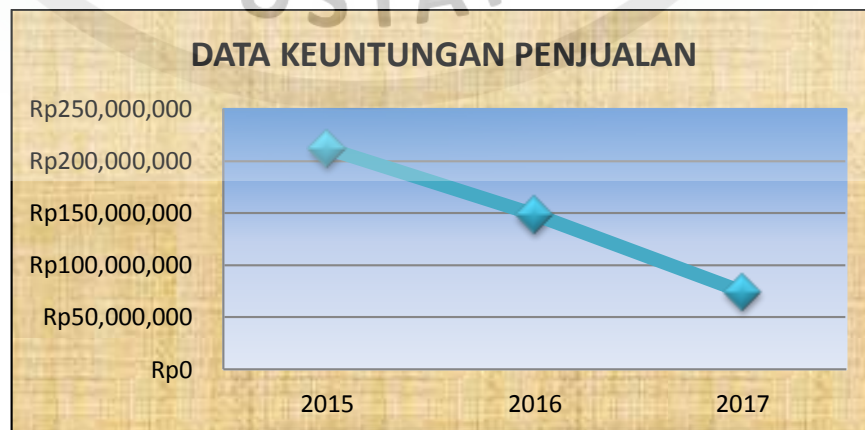
House Of Leather adalah salah satu produsen tas kulit yang ada di Bandung yang berlokasi di Jalan Cikutra No.18/148 (blok, 320) kota Bandung. UMKM ini memproduksi tas kulit untuk dijual secara eceran dan grosir. Selain itu, *House Of Leather* juga melayani produk pesanan dengan skala besar maupun kecil. Kapasitas produksi *House Of Leather* untuk model yang sederhana 12 pcs/1 minggu. Jenis tas pesanan yang diproduksi di *House Of Leather* di antaranya adalah tas jinjing, tas samping, dan lain-lain sesuai pesanan.

Perkembangan usaha kerajinan tas kulit di kota Bandung yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Persaingan antar sesama pengusaha tentunya akan timbul jika jenis produk yang diproduksi memiliki ragam yang serupa dan perusahaan di tuntut untuk dapat mengikuti perubahan permintaan pengunjung secara terus menerus berganti mengikuti perkembangan. Sehingga mengakibatkan dalam tiga tahun terakhir dari tahun 2015 sampai 2017 keuntungan penjualan mengalami penurunan pada perusahaan *House Of Leather*. Berikut ini didapatkan data omset penjualan 3 tahun terakhir dari perusahaan *House Of Leather* dan mengalami penurunan penjualan pada 3 tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1. 2 Data Keuntungan Penjualan *House Of Leather*

TAHUN	PENJUALAN SETAHUN	PENGELUARAN SETAHUN	KEUNTUNGAN
DATA PENJUALAN 2015	Rp.437.500.000	Rp.225.200.000	Rp212.300.000
DATA PENJUALAN 2016	Rp.375.000.000	Rp.226.400.000	Rp148.600.000
DATA PENJUALAN 2017	Rp.300.900.000	Rp.225.400.000	Rp74.500.000

Sumber: Data Penjualan *industry House Of Leather*



Gambar 1. 1 Data Omset Penjualan *House Of Leather*

Berdasarkan data omset penjualan diatas, secara umum penurunan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal perusahaan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti mutu produk, pengendalian manajemen, kemasan, harga, dan lain-lain dan faktor eksternal perusahaan yang berada diluar jangkauan perusahaan, misalnya globalisasi, teknologi, pesaing, selera, situasi politik, dan lain-lain. Oleh karena itu, diperlukan perumusan langkah-langkah atau strategi perusahaan yang terbaik agar perusahaan dapat melangkah maju di tengah persaingan dan kemajuan industri yang ada.

Berdasarkan *observasi* lapangan terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan *House Of Leather* antara lain : untuk kelebihannya, kualitas produk sudah sangat baik dari segi kekuatan dan ketahanannya, tidak mudah rusak karena terbuat dari kulit asli, harga masih terjangkau, adanya garansi selama 1 tahun. Dan untuk kekurangannya, Tidak adanya Website, tidak tersedianya lahan parkir sehingga menyulitkan calon pembeli dan pada akhirnya memutuskan untuk tidak melakukan pembelian, suasana toko yang sempit kurang maksimal, tidak melakukan iklan di berbagai media, pengunjung hanya mengetahui dari mulut ke mulut, wisatawan hanya mengetahui *House Of Leather* karena ada rekomendasi dari hotel/travel, banyaknya persaingan yang melakukan periklanan yang lebih luas dan beragam. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka diperlukan evaluasi terhadap strategi pemasaran dan melakukan strategi pemasaran yang baru sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran.

Dalam perspektif dan misi Islam dijelaskan bahwa ayat Al-Qur'an selalu dibutuhkan sebagai penyemangat dan pedoman hidup. Ayat yang dirangkum khususnya yang berkaitan dengan rencana pemasaran dalam islam

Untuk lebih jelasnya tertulis pada surat Al jumu'ah ayat 10 seperti dibawah ini :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠)

Artinya :

“Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah kamu dimuka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S. Al .Jumu ‘ah, 62:10)

Dalam ayat diatas dapat dijelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang digunakan didalamnya dimaksudkan untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya. Disamping itu di dalam pelaksanaan rencana pemasaran dalam Islam kita tergantung pada prinsip syarikat (kerjasama) yang telah diakui secara *universal* ini berarti bahwa pelaksanaan perencanaan dilaksanakan melalui partisipasi sektor pemerintah dan swasta atas dasar kemitraan, yaitu dapat terlaksana melalui prinsip abadi mudhorobah, dimana tenaga kerja dan pemilik modal dapat disatukan sebagai mitra.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah penelitian pada perusahaan *House Of Leather* dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya penurunan permintaan tas kulit pada Perusahaan *House Of Leather* ?
2. Apa prioritas utama yang harus ditingkatkan oleh Perusahaan *House Of Leather* berdasarkan analisis IPA?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada produk tas kulit untuk Perusahaan *House Of Leather* sesuai dengan kondisi persaingan saat ini berdasarkan analisis SOAR?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan di Perusahaan *House Of Leather* adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya penurunan permintaan tas kulit pada Perusahaan *House Of Leather*.
2. Menentukan prioritas utama yang harus ditingkatkan oleh Perusahaan *House Of Leather* berdasarkan analisis IPA.
3. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk Perusahaan *House Of Leather* sesuai dengan kondisi persaingan saat ini berdasarkan analisis SOAR.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian di *House Of Leather* penulis membatasi permasalahan yang ada sehingga dapat dilihat seperti dibawah ini.

1. Obyek penelitian ini dibatasi hanya pada produk tas kulit Perusahaan *House Of Leather*
2. Analisa permasalahan pemasaran menggunakan SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations, Result*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).
3. Lingkup pembuatan tugas akhir ini hanya pada tahap strategi pemasaran, tidak melakukan penelitian untuk tahap implementasi dan evaluasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi mengenai gambaran tentang penyusunan Tugas Akhir. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab dua ini akan diuraikan landasan teori-teori penunjang untuk pembahasan dan pemecahan masalah yang berhubungan dengan materi yang akan digunakan.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi gambaran dari metodologi penelitian yakni menguraikan tahapan-tahapan penelitian secara lengkap untuk memecahkan masalah.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini akan menjelaskan secara keseluruhan mulai dari pengumpulan data untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam perusahaan sampai dengan perhitungan data agar dapat diketahui penyebab terjadinya permasalahan dalam perusahaan.

BAB V Analisis

Pada bab ini akan membahas tentang penyebab terjadinya permasalahan yang ditimbulkan oleh perusahaan dan untuk mengetahui hasil selisih sebelum dilakukan perbaikan sampai di ketahui hasil sesudah dilakukannya perbaikan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan menyimpulkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam perusahaan, agar dapat mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan.

