

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang bersaing lebih ketat, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Kemajuan teknologi yang nantinya akan bermanfaat, terus meningkat dari waktu ke waktu. Kecepatan dan keakuratan informasi akan menjadi tuntutan dalam menjalankan roda perekonomian, baik oleh pelaku bisnisnya sendiri maupun oleh masyarakat dan juga pemerintah. Penerapan sistem proses bisnis perusahaan yang baik dipandang sebagai salah satu solusi yang nantinya akan dapat meningkatkan tingkat persaingan perusahaan. Keberhasilan sebuah usaha kecil dan menengah sangat bergantung pada kualitas dan nilai tambah dari produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tertarik atau tidaknya konsumen pada produk yang ditawarkan tergantung pada sistem pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Banyaknya persaingan usaha yang ada dalam usaha sejenis menuntut adanya kemajuan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan strategi pemasaran yang baik diharapkan dapat menghasilkan profit yang baik bagi perusahaan tersebut.

Home industry Soppia Collection merupakan industri kecil dan menengah yang memproduksi baju bayi. Soppia Collection telah berdiri kurang lebih dua belas tahun terhitung mulai sejak 2005 hingga sekarang. Soppia Collection memproduksi beberapa jenis baju bayi dari umur newborn sampai umur 2 tahun. Perusahaan ini memperhatikan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pada awal berdiri hingga tahun 2013 Soppia Collection berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dari pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran tidak hanya dilakukan dikota bandung saja akan tetapi pemasaran dilakukan diberbagai daerah lain seperti kerawang dan majalengka. Setelah tahun 2014 hingga tahun 2017 Soppia Collection mengalami penurunan omset penjualan yang sangat signifikan, hal tersebut disebabkan strategi pemasaran yang kurang baik, dimana penjualan produk hanya dari *door to door* dan belum melakukan penjualan secara *online*

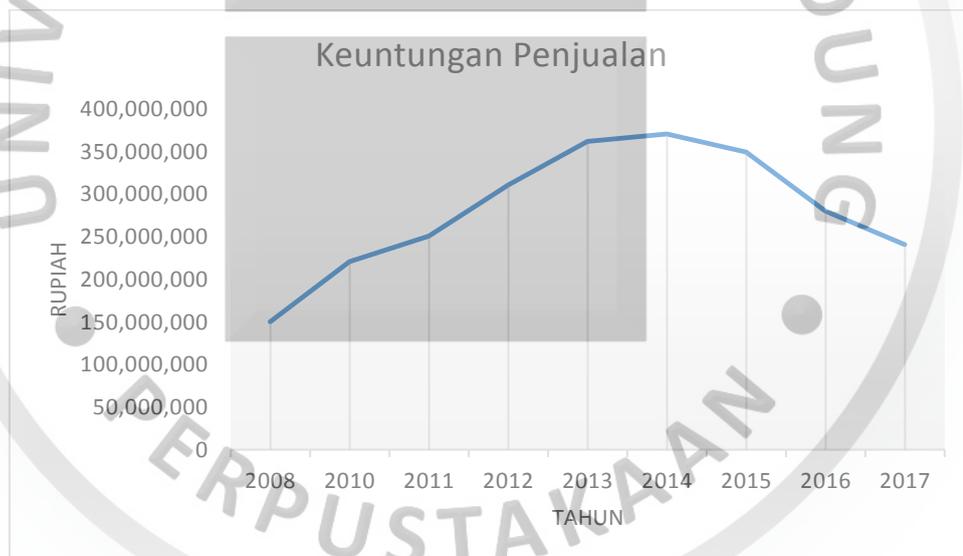
Seiring dengan perkembangannya, perusahaan memiliki berbagai masalah yang masih ditemui, salah satunya seperti penurunan penjualan yang sebelumnya menjual 70 – 90 lusin dalam perminggu, kini hanya menjual 50 – 60 lusin perminggu. Hal ini disebabkan oleh sistem pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan tidak

sesuai dengan harapan. Berikut ini didapatkan data omset penjualan 5 tahun terakhir dari Sophia Collection dan mengalami penurunan penjualan pada 4 tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Omset Penjualan Sophia Collection

No	Tahun	Keuntungan Penjualan
1	2008	Rp 150,000,000
2	2010	Rp 220,600,000
3	2011	Rp 250,700,000
4	2012	Rp 310,400,000
5	2013	Rp 361,600,000
6	2014	Rp 370,300,000
7	2015	Rp 349,100,000
8	2016	Rp 280,100,000
9	2017	Rp 240,700,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sophia Collection (2017)



Gambar 1.1 Data Omset Penjualan Sophia Collection

Sumber: Hasil Pengolahan Data Sophia Collection (2017)

Berdasarkan data keuntungan penjualan diatas, dapat dilihat bahwa penjualan mengalami penurunan pada tahun 2015 sampai 2017. Pada tahun 2014 sampai tahun 2015 mengalami penurunan Rp 21.200.000, dari tahun 2015 sampai 2016 mengalami penurunan Rp 69.000.000, dan pada tahun 2016 sampai tahun 2017 mengalami penurunan Rp 39.400.000, oleh karena itu, perusahaan memerlukan perumusan strategi yang tepat agar meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan menerapkan strategi yang tepat maka perusahaan dapat bertahan dan dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat

Strategi pada perusahaan akan menentukan arah tujuan perusahaan untuk mencapai tujuan yang akan dituju oleh perusahaan. Salah satu metode untuk menentukan strategi yang sesuai dengan perusahaan yaitu matriks perencanaan strategi kuantitatif (MPSK) atau yang sering disebut dengan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode matriks perencanaan strategi kuantitatif (MPSK) memiliki tiga tahapan, tahapan pertama menggunakan matriks *eksternal factor evaluation* (EFE) dan matriks *internal factor evaluation* (IFE), tahap kedua menggunakan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*) dan tahap ketiga menggunakan metode matriks perencanaan strategi kuantitatif (MPSK).

Sebagai khalifah dimuka bumi, manusia hendaklah patuh dan taat kepada Allah SWT serta berpedoman terhadap ayat suci Al-Qur'an. Ayat Al-Qur'an yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu pada surat Al-Anfaal Ayat 60 yang berbunyi

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ
 مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنتُمْ
 لَا تُظْلَمُونَ ﴿٦٠﴾

Artinya :

Dan siapkanlah untuk menghadapi mereka kekuatan apa saja yang kamu sanggupi dan dari kuda-kuda yang ditambat untuk berperang (yang dengan persiapan itu) kamu menggentarkan musuh Allah dan musuhmu dan orang orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya, sedang Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu nafkahkan pada jalan Allah niscaya akan dibalasi dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dianiaya (dirugikan)

Dalam ayat tersebut kita dapat menangkap perintah yang jelas sekali mengenai keharusan menyiapkan segala perlengkapan dalam menghadapi musuh atau menyiapkan strategi, sebagai suatu hal yang teramat penting karena menyangkut hidup matinya suatu bangsa. Persiapan itu meliputi segala aspek, baik kualitas dan kuantitas perlengkapan. Berperang tanpa kesiapan berarti suatu kekalahan dan kehancuran. Begitupun dengan menjalankan perusahaan, untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain maka diperlukan strategi. Perusahaan harus meningkatkan kualitas dan kuantitas produk sesuai dengan keinginan konsumen, untuk mencapai hal itu perusahaan sebaiknya beradaptasi dari tahun ke tahun dan tidak ketinggalan informasi.

Beberapa penelitian terdahulu tentang strategi pengembangan usaha dan pemasaran di tunjukan pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Metode	Keterangan
1	Strategi Pengembangan Usaha Produksi Pakaian Payi Pada UD . Sai Ram di Surabaya	Zefanya Martiono (2015)	Matriks EFE, IFE, IE, SWOT	Strategi perusahaan pakaian bayi di perusahaan UD. Sai Ram Surabaya
2	Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>	Anas Mujahid (2018)	Matriks EFE, IFE, IE, SWOT, QSPM	Analisis strategi perusahaan pakaian dewasa di perusahaan Borneo Project
3	Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM	Hany Setrorini (2016)	Matriks EFE, IFE, IE, SWOT, QSPM	Analisis strategi restoran makanan di restoran WS Soekarno Hatta Malang
4	Strategi Pengembangan Sistem Pelayanan Dengan Menggunakan Metodologi PIECES dan <i>Balance Scorecard</i> di Perusahaan Baju Kertas & Co	Sri Kurniasih (2018)	<i>Balanced scorecard</i> , PIECES	Strategi pengembangan sistem pelayanan perusahaan printing kain di perusahaan Kertas dan Co
5	Analisis Strategi Pemasaran Produk Pakaian Bayi Dengan Menggunakan Metode Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (MPSK)	Dirga Putra (2019)	Matriks EFE, IFE, IE, SWOT, QSPM	Perancangan strategi pemasaran pakaian bayi di perusahaan CV Sophia Collection

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa yang menyebabkan menurunnya omset penjualan Soppia Collection?
2. Faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan daya saing pada Soppia Collection?
3. Bagaimanaa strategi yang paling tepat untuk diterapkan pada Soppia Collection?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui permasalahan yang terdapat pada Sopphia Collection .
2. Mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya saing pada Sopphia Collection
3. Merancang strategi yang tepat untuk diterapkan pada Sopphia Collection

1.4 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar lingkup permasalahan ini tidak terlalu luas dan dapat dianalisa dengan baik, maka perlu adanya batasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian difokuskan pada bagian pemasaran Sopphia Collection di Kota Bandung
2. Rentang analisis data yang didapatkan yaitu data penjualan dari tahun 2014 sampai tahun 2017
3. Perumusan strategi yang dilakukan adalah sampai tahap dimana perusahaan dapat menemukan strategi yang paling tepat untuk diterapkan, dan tidak melakukan penelitian untuk tahap implementasi dan evaluasi

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk mempermudah pembaca dalam memahami dan memperoleh gambaran yang jelas dari laporan tugas akhir ini. sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian sebagai penunjang untuk mengolah dan pembahasan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian, mulai dari lokasi pencarian data, metode pengambilan data, identifikasi, dan metode pengolahan data yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari penelitian selama pelaksanaan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini mendeskripsikan tentang proses pengumpulan data yang diperlukan serta melakukan pengolahan data berdasarkan tahapan-tahapan sesuai pada penelitian tugas akhir.

BAB V ANALISIS

Bagian ini memuat uraian dari hasil pengumpulan dan pengolahan data yang diperoleh pada bab sebelumnya yang kemudian dianalisis secara menyeluruh.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini memuat kesimpulan yang merupakan rangkuman dari hasil analisis pada bab sebelumnya, kemudian diberikan saran untuk menyempurnakan hasil dari penelitian.

