

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri selalu menampakkan perkembangan pada berbagai sektor di dunia. Di Indonesia sendiri industri terus didorong dengan adanya pembangunan yang cukup pesat. Berbekal kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, persaingan bisnis industri pun terus bermunculan, sehingga ada dorongan untuk terus maju dan memberikan perbedaan yang lebih bagus dari industri lainnya karena jika industri tidak melakukan sebuah aksi untuk meningkatkan performansinya, maka persaingan tidak dapat dilakukan karena industri tersebut tergolong dalam industri dengan performansi yang kurang.

*Trend* pakaian muslimah di Indonesia khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta memperlihatkan sebuah peningkatan yang begitu signifikan. Desain, corak pakaian, dan jenis pakaian muslimah muncul dengan variasi yang begitu banyak dan membuat kaum wanita lebih bebas memilih pakaian muslimah yang cocok. Fenomena ini menjadi cikal bakal berdirinya berbagai perusahaan konveksi yang memproduksi pakaian muslimah. Dengan munculnya perusahaan baru tersebut, maka dapat dikatakan bahwa persaingan antara perusahaan juga semakin meningkat.

CV. Multi Guna adalah industri menengah yang memproduksi pakaian muslim untuk wanita seperti baju muslimah, celana muslimah, gamis wanita, dan *cardigan*. CV. Multi Guna berdomisili di Yogyakarta sudah berpengalaman selama kurang lebih selama 5 tahun. CV. Multi Guna terus berusaha untuk melakukan kegiatan produksi yang terbaik, sehingga produknya dapat dinikmati oleh semua pelanggan wanita. Masalah yang muncul pada perusahaan ini terkait dengan pemasaran yang dilakukan.

Pemasaran produk dapat dikatakan kurang tepat sasaran sehingga tidak sampai pada pelanggan yang dituju. Pemasaran yang dilakukan cenderung monoton dan pemasaran dilakukan dengan tidak memperhatikan data-data yang ada di lapangan berkaitan dengan pelanggan. Sehingga agar perusahaan dapat terus berjalan dan bersaing dengan perusahaan lain, maka diperlukan sebuah strategi baru agar nantinya strategi pemasaran dapat dilakukan sesuai sasaran yang dituju.

Strategi pemasaran memiliki pengaruh terhadap profit yang dihasilkan dari penjualan produk. Strategi ini dibuat dengan melihat faktor-faktor yang ada di dalam maupun di luar perusahaan seperti kekuatan dan peluang serta kelemahan perusahaan dan ancaman yang datang agar dapat diantisipasi.

Salah satu alat dalam menentukan strategi dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis *SWOT* merupakan alat yang mengidentifikasi berbagai faktor yang ada di dalam maupun di luar perusahaan untuk merumuskan sebuah strategi. Strategi yang sudah dibuat nantinya akan diimplementasikan kepada perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang ada pada CV. Multi Guna?
2. Apa saja faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada CV. Multi Guna?
3. Apakah strategi pemasaran CV. Multi Guna yang tepat berdasarkan analisis *SWOT*?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan agar lingkup pada penelitian ini tidak terlalu luas, maka batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian tidak menggunakan metode selain Analisis *SWOT*.
2. Penelitian hanya dilakukan di CV. Multi Guna.
3. Penelitian hanya dikhususkan untuk menentukan strategi pemasaran pada CV. Multi Guna.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor internal perusahaan CV. Multi Guna.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal perusahaan CV. Multi Guna.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan perusahaan berdasarkan analisis *SWOT*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan serta meningkatkan pengetahuan penulis tentang metode *SWOT* yang diterapkan pada penelitian ini.
2. Memberikan alternatif strategi dalam bersaing dengan kompetitor.
3. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, informasi, dan bahan perbandingan untuk penelitian yang akan dilakukan dengan metode yang sama.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika berfungsi sebagai gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan. Sistematika pada penulisan ini dibedakan menjadi 6 bab, yaitu:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat pemecahan masalah, pembatasan dan asumsi, lokasi, dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II           KAJIAN LITERATUR**

Berisi penjelasan tentang teori yang dibagi menjadi dua yaitu kajian induktif dan kajian deduktif sebagai pendukung dari penelitian Tugas Akhir.

### **BAB III          METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan tentang model pemecahan masalah atau kerangka berpikir serta penjelasan aktifitas yang dilakukan dalam usaha memecahkan masalah.

### **BAB IV          PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisi penjelasan tentang data dan pengolahan data yang ditujukan untuk memecahkan masalah dalam penelitian.

### **BAB V           PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan pembahasan tentang hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

### **BAB VI          PENUTUP**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan pada perumusan masalah serta saran yang diberikan kepada penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.