

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan dalam dunia industri saat ini sangat pesat dan persaingan pun menjadi ketat dari waktu ke waktu tak terkecuali teknologi yang digunakan oleh perusahaan semakin canggih. Tuntutan terhadap kualitas produk maupun jasa menjadi hal yang mutlak di persaingan pasar, sehingga pelaku usaha dituntut berpikir kreatif dan inovatif terhadap produk yang akan diproduksi (Heizer dan Render, 2015: 21). Produk atau jasa yang ditawarkan tidak hanya disesuaikan dengan kebutuhan konsumen tetapi juga dengan manfaat dan kualitas produk yang baik menjadi suatu daya tarik bagi konsumen. Salah satu strategi yang harus dilakukan untuk mendapatkan keunggulan bersaing adalah dengan terus menerus meningkatkan kualitas produknya sehingga konsumen akan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Bertahannya suatu usaha tidak hanya fokus pada kualitas produk saja, melainkan dengan meningkatkan kualitas pada sistem yang lainnya. Seperti halnya kualitas bahan baku yang digunakan, kualitas tenaga kerja yang terampil, kualitas mesin dan teknologi yang digunakan sebagai pendukung jalannya proses produksi, sistem pemasaran, serta distribusi yang aman dan tepat waktu.

Adanya pandemi covid-19 yang sedang melanda dunia menyebabkan berbagai sektor industri terus terdampak dalam penjualannya. Penjualan merupakan suatu bagian yang paling penting dalam menentukan berkembang atau tidaknya sebuah bisnis. Para pengusaha menfokuskan penjualan suatu produk agar usahanya berjalan dengan lancar. Seluruh aktivitas dalam berbagai sektor, tak terkecuali

sektor bisnis mengalami kemerosotan yang signifikan akibat adanya covid-19. Banyak sekali UMKM yang mengurangi jumlah produksinya bahkan sampai ada yang gulung tikar. Maka dari itu pelaku usaha memutar otak untuk menentukan strategi pemasaran supaya mampu mempertahankan usahanya.

Sektor industri bidang konveksi menjadi salah satu bidang usaha yang terkena imbas dari pandemic covid-19. Industri bidang konveksi merupakan sebuah industry yang berjangka panjang karena pakaian menjadi suatu kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia secara terus menerus (Dito Aditia, dkk 2020: 214). Bisnis kaos dan sablon merupakan usaha yang paling menarik untuk saat ini, mengingat kaos akan selalu dicari dan dibeli oleh masyarakat. Kaos adalah salah satu jenis pakaian yang tidak habis termakan zaman. Jika di dunia fashion terdapat mode tahunan yang berubah-ubah dari segi corak dan bentuk pakaian yang dibuat, hal tersebut tidak mempengaruhi keberadaan dari kaos. Sehingga sampai kapanpun kaos masih memiliki pembeli tetap. Jaminan adanya pasar pembeli yang jelas dari penjualan bisnis kaos ini yang kemudian membuat peluang untuk membuka usaha dalam bidang kaos dan sablon pun tidak pernah mati. Sablon kaos adalah teknik mencetak gambar, foto, karikatur, typography dan berbagai hasil desain lainnya ke permukaan kaos. Karena pentingnya peran sablon dalam pembuatan kaos, maka banyak sekali bisnis sablon manual untuk kaos bermunculan dan saling bersaing.

Akibat pandemi ini daya beli masyarakat menjadi turun, sehingga berdampak pada pengurangan jumlah produksi pakaian. Hal ini juga terimbas pada konveksi kaos dan sablon yang terletak di desa Pekalongan, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Konveksi kaos dan sablon desa Pekalongan ini didirikan oleh pasangan suami

istri Bapak Hasan Irsyadi dan Ibu Sumiati. Konveksi kaos dan sablon ini sudah berdiri sejak tahun 2010 dan merupakan salah satu konveksi terbesar yang berada di kecamatan Winong. Konveksi kaos dan sablon ini telah memproduksi berbagai macam jenis pakaian seperti kaos polos, sablon, baju sablon, piyama, jaket, trining, baju olahraga dan celana olahraga.

Konveksi kaos dan sablon ini memiliki beberapa bagian atau departemen, yaitu departemen desain, departemen penyablonan, dan departemen produksi. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang konvekai kaos dan sablon ini harus lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan diterapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi. Sehingga perusahaan dapat terus berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk memperoleh hasil penjualan sesuai keinginan perusahaan dan untuk mencapainya maka perusahaan harus melakukan pemasaran terhadap produk yang dihasilkan.

Konveksi kaos dan sablon desa Pekalongan ini juga ikut merasakan dampak dari pandemi Covid-19, akibat adanya berbagai kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah sehingga daya beli masyarakat semakin turun dan proses ekspor impor barang terhambat. Jumlah penjualan yang belum setabil mengakibatkan hasil yang diperoleh perusahaan belum mencapai target sesuai keinginan perusahaan, hal tersebut disebabkan karena proses produksi atau pemesanan dari konsumen konveksi kaos dan sablon terjadi karena musiman. Data pada tahun 2019

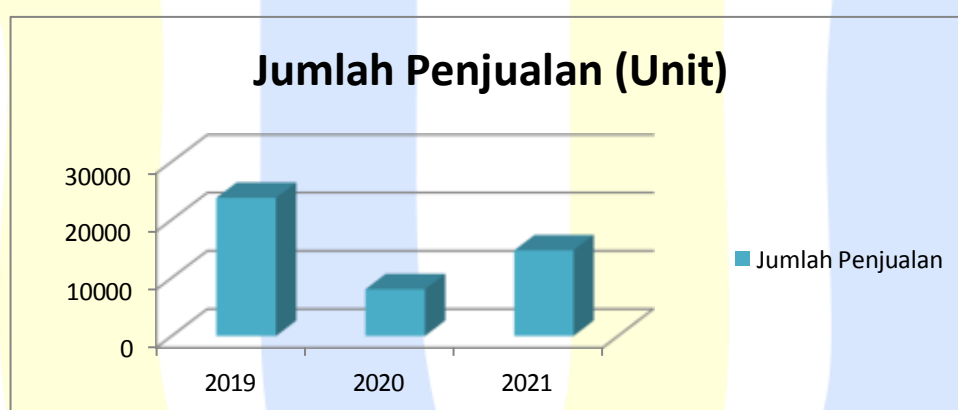
ditampilkan sebagai perbandingan penjualan konveksi kaos dan sablon tahun 2019 sampai tahun 2021.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Penjualan Konveksi Kaos dan Sablon**  
**Tahun 2019-2021**

| Tahun | Bulan              | Jumlah (Unit) |
|-------|--------------------|---------------|
| 2019  | Januari - Desember | 23.780 pcs    |
| 2020  | Januari - Desember | 8.032 pcs     |
| 2021  | Januari - Desember | 14.726 pcs    |

Sumber: Konveksi Kaos dan Sablon Desa Pekalongan (2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa di tahun 2019 jumlah penjualan stabil, di pertengahan tahun 2019 ke tahun 2020 konveksi kaos dan sablon mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis di karenakan adanya wabah pandemi covid-19. Konveksi kaos dan sablon juga mengalami kenaikan penjualan di tahun 2021 yang digambarkan dengan grafik sebagai berikut:



Sumber: Konveksi Kaos dan Sablon Desa Pekalongan (2021)

**Gambar 1.1**  
**Gambar Grafik Jumlah Penjualan Konveksi Kaos dan Sablon**

Dalam penjualan selama tiga tahun, penghasilan hasil penjualan paling sedikit di tahun 2020 yaitu sejumlah 8.032 pcs. Hasil penjualan yang terbilang sedikit di masa pandemi covid-19. Berbagai macam faktor yang salah satunya merupakan factor virus covid-19, faktor ini sedikit mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap pembelian pakaian yang juga berimbas pada usaha konveksi kaos dan sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

Merebaknya covid-19 di Indonesia menyebabkan dampak yang cukup besar terhadap kelangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pemilik usaha memberikan pengakuan akan dampak covid-19 ini terhadap usahanya, diantaranya mengalami penurunan yang sangat signifikan. Hal ini menjadi tuntutan kepada sektor UMKM agar terus menjadi garda terdepan untuk menginisiasi sebuah pola pikir kreatif terhadap produksi maupun pemasaran di sektor UMKM. Bagaimana diketahui bahwa pandemi covid-19 ini sangatlah mengancam perekonomian dari sektor manapun, oleh sebab itu UMKM harus berpikiran kreatif seperti halnya memasarkan produk yang awalnya bisa dipasarkan secara langsung atau ditempat, tetapi saat ini hanya bisa dipasarkan melalui media online. Masyarakat Indonesia yang bergelut di sektor UMKM harus memiliki pola pikir yang maju sehingga bisa mengaplikasikan media online untuk dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya seperti halnya menjual sebuah produk. Agar pada saat pandemi sektor UMKM tidak berhenti beroperasi tapi terus beroperasi dengan pola pikir yang awalnya primitif menjadi kreatif sehingga menimbulkan input omset yang terus mengalami peningkatan walaupun ditengah pandemi saat ini.

Langkah strategi sangat diperlukan yang dapat digunakan untuk mengetahui UMKM konveksi kaos dan sablon ini diperlukan dalam menganalisis baik dari sektor internal ataupun eksternal, dengan begitu akan mengetahui dengan analisis SWOT yang dimana mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam mempertahankan sebuah UMKM yang telah berjalan di era pandemi ini, kinerja perusahaan ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Sehingga bisa mengetahui pola regulasi produksi UMKM konveksi kaos dan sablon ini dan bisa memperkerjakana para karyawan dengan jumlah tertentu dan dengan gaji yang berkelanjutan masih bisa diterapkan seperti bisa pada saat sebelum era pandemi ini. Juga terus bisa memproduksi dan menjualkan produk dengan maksimal di saat era pandemi ini banyak diketahui bahwa sektor UMKM yang saat ini bekerja hanyalah sedikit dikarenakan momentum dengan virus covid-19 ini sehingga tidak bisa beroperasi lagi. Manfaat dalam menggunakan analisis SWOT yakni bisa mengetahui strategi yang pantas dalam penerapan pemasaran dan bisa menjadi acuan rekomendasi peluang untuk menghadapi pangsa pasar juga mengetahui kelemahan yang ada di UMKM tersebut sehingga bisa terus memperbaiki kesalahan yang sebelumnya, dan menjadikan UMKM terus progres di era pandemi ini.

Research gap dalam penelitian ini adalah Elwisam, Rahayu Lestrai (2019) dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi, Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM” yang mengambil sampel dari pengusaha mikro dan kecil di Tangerang Selatan-Banten. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh

yang kuat pada kinerja pemasaran. Sedangkan hasil penelitian dari Sulistiani, dkk (2020) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Bentuk Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM” yang mengambil sampel dari industri kripik pisang tunas metro. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM kripik pisang tunas memiliki pengaruh yang kurang kuat dalam peningkatan daya saing UMKM.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan menganalisis lebih lanjut tentang strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT. Berkaitan dengan hal tersebut penulis tertarik mengambil sebuah judul penelitian tentang: **“ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DIMASA PANDEMI COVID-19 (Studi kasus pada UMKM Konveksi Pembuatan Pakaian Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati)”**.

## **1.2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1. Penelitian ini mengambil objek pada Konveksi Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati.
- 1.2.2. Penelitian menjelaskan tentang strategi pemasaran yang dilakukan Konveksi Kaos dan Sablon dengan menggunakan analisis SWOT.
- 1.2.3. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal pada Konveksi kaos dan sablon

### **1.3. Perumusan Masalah**

Akibat adanya pandemic covid-19 daya beli masyarakat menjadi turun, hal ini turut serta berimbas pada penjualan pakaian konveksi kaos dan sablon di desa pekalongan. Selain itu kurangnya inovasi produk pakaian yang di produksi oleh konveksi kaos dan sablon di desa pekalongan, juga menjadi salah satu faktor penyebab penurunan penjualan di karenakan kurangnya ketertarikan minat beli konsumen. Tejadinya penurunan penjualan konveksi kaos dan sablon di desa Pekalongan menjadi tantangan tersendiri untuk lebih meningkatkan berbagai strategi pemasaran agar produk laku keras di pasaan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka, pertanyaan penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1.3.1. Apa yang menjadi variabel internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati?
- 1.3.2. Bagaimana menentukan posisi strategi pemasaran pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati?
- 1.3.3. Bagaimana menentukan langkah-langkah strategi pemasaran pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:



1.4.1. Untuk menentukan variabel internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

1.4.2. Untuk menentukan posisi strategi pemasaran pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

1.4.3. Untuk menentukan langkah – langkah strategi pemasaran pada Kaos dan Sablon di Desa Pekalongan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa bermanfaat bagi para pembaca yang diuraikan berikut ini:

#### **1.5.1. Manfaat Teoritis:**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada strategi pemasaran sebagai bekal ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah yang secara khusus berhubungan dengan manajemen bisnis.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis:**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan data dan informasi yang bermanfaat, menjadi masukan dan pertimbangan dan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan sebagai referensi penulisan penelitian lebih lanjut, terutama di bidang proses produksi.