

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya zaman maka berkembang pula industri otomotif yang semula hanya sebagai alat transportasi kini berkembang menjadi sebuah gaya hidup, menjadikan sebuah kendaraan tidak hanya menjadi sarana untuk memudahkan aktivitas manusia. Meningkatnya jumlah kendaraan di kota Bandung, menjadi salah satu pemicu kebutuhan masyarakat terutama pemilik kendaraan dalam merawat dan menjaga alat transportasinya. Mencuci kendaraan merupakan salah satu upaya agar kendaraan nyaman saat digunakan sekaligus mempertahankan kualitas cat pada *body* kendaraan. Selain mencuci kendaraan, upaya lain yang dapat dilakukan guna menjaga kebersihan kendaraan dari luar yaitu menggunakan selimut kendaraan. Selimut kendaraan memiliki manfaat untuk melindungi lapisan cat pada *body* kendaraan dari cuaca panas maupun hujan, karena iklim yang berubah-ubah dapat menimbulkan jamur pada *body* kendaraan apabila kita tidak menaruh kesadaran lebih terhadap alat transportasi yang kita miliki, terlebih jika kita sering menyimpan kendaraan dibawah paparan sinar matahari langsung.

Strategi adalah suatu rencana atau pendekatan dalam mencapai tujuan tertentu yang dihadapi oleh organisasi atau individu. Strategi melibatkan berbagai factor seperti analisis situasi, identifikasi peluang, penggunaan sumber daya yang ada, dan implementasi aksi yang tepat (Yulius P. Sulistio, 2013). Pengertian lain Menurut Anwar Sanusi (2016), Strategi

adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan. Strategi melibatkan pemilihan alternatif tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan. Strategi melibatkan pemilihan alternatif tindakan yang paling tepat, berdasarkan analisis situasi, kemampuan organisasi dan kebutuhan pasar. Berbeda dengan Johny T. Fransisca (2015), strategi adalah rencana atau pola aksi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Strategi melibatkan proses analisis lingkungan, pemilihan tujuan, pemilihan alternatif aksi, dan implementasi kegiatan yang tepat. Dari ketiga penjelasan ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu sehingga mampu unggul dari para pesaing-pesaingnya. Kegunaan lain dari strategi yaitu persiapan jangka panjang serta pembuatan konsep guna mengambil keputusan. Kemudian, dalam proses menjalankan strategi tersebut disebut manajemen strategi. Manajemen strategi adalah proses dalam menjalankan atau formula untuk menjalankan strategi tersebut. Manajemen strategi menurut Winardi adalah adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang. Usaha Konfeksi Bodycoverbdg membuat beberapa strategi untuk dijalankan.

Rendahnya minat beli produk pada media online disebabkan oleh kurangnya *product knowledge* di masyarakat dan juga metode promosi yang

digunakan oleh usaha konfeksi Bodycoverbdg kurang tepat dimana pemasarannya hanya berfokus pada satu media saja sehingga menyebabkan kurang tahunya audiens terhadap produk yang ditawarkan. Dalam pemilihan kualitas selimut kendaraan, terdapat beberapa jenis bahan atau material yang harus kita cermati agar tidak menggores cat pada *body* kendaraan karena material cenderung kasar. Usaha konfeksi Bodycoverbdg merupakan usaha yang bergerak di bidang otomotif, menjual aksesoris kendaraan berupa selimut kendaraan yang berdiri sejak tahun 2004 di pimpin oleh Bapak Yanto. Dengan kualitas bahan selimut kendaraan usaha konfeksi Bodycoverbdg yang dinilai cukup baik, maka dari itu Bodycoverbdg sudah memiliki predikat Standar Nasional Indonesia (SNI).

Keunggulan lain yang membedakan usaha konfeksi Bodycoverbdg dengan kompetitor lainnya selain material atau jenis bahan yaitu motif dan warna beragam, usaha konfeksi Bodycoverbdg menyediakan berbagai macam jenis ukuran kendaraan, dimulai dari kendaraan roda dua hingga roda empat. Strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha konfeksi Bodycoverbdg mencakup semua kalangan yaitu remaja hingga dewasa, laki-laki maupun perempuan, terutama masyarakat yang peduli terhadap perawatan kendaraan. Media social Instagram (@Bodycoverbdg) menjembatani pemasaran produk selimut kendaraan, di sisi lain usaha konfeksi Bodycoverbdg juga mendistribusikan produknya kepada produsen toko aksesoris kendaraan di kota Bandung, menjalin kerjasama dengan salah satu toko serba ada (toserba) yang cukup besar di kota Bandung yaitu Borma.

Penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim di Pasar Aceh oleh Anisah (2020) menjelaskan bahwa pedagang busana muslim Pasar Aceh melakukan *segmentating, targeting* dan *positioning* yang baik, dengan melakukan bauran pemasaran yang terkait dengan *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* sebagai bentuk strategi pemasaran. Kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran produk busana muslim diantaranya yaitu minimnya modal, keterlambatan datang barang dari pemasok, kekurangan karyawan, dan keterbatasan pemasaran. Penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ban Usaha Adidaya Abadi Ban Banjarbaru oleh Maharani Sutera Andies, Hairul dan Lamsah menjelaskan bahwa pelaku usaha Adidaya Abadi Ban Banjarbaru strategi pemasaran yang selama ini di jalankan yaitu melakukan strategi sederhana dengan melakukan *self selling* yaitu penjualan secara langsung kepada konsumen dan strategi penjualan yang seharusnya dilakukan oleh usaha Adidaya Abadi Ban Banjarbaru guna dapat meningkatkan penjualan produk ban yaitu dengan cara menerapkan *system personal selling*, promosi penjualan, periklanan serta kerjasama usaha. Penelitian lain yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Rotan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada CV Modena Rattan Cirebon Oleh Dindin Saprudin 2022 menjelaskan bahwa strategi yang diterapkan oleh CV Modena Rotan Cirebon yaitu dengan cara melakukan pameran internasional, melalui website perusahaan dan melakukan kunjungan konsumen di Indonesia, kemudian Dindin Saprudin pada penelitiannya menyimpulkan penerapan

strategi pemasaran telah menerapkan empat komponen yaitu *segmentasi*, *targeting*, *positioning* dan *differentiation*. Strategi yang paling efektif yaitu *segmentasi* dengan cara pemasarannya melaksanakan pameran internasional.

Terdapat banyak kompetitor yang lebih aktif melakukan penjualan secara online pada market place atau website mereka, mengakibatkan kurangnya minat beli atau pengetahuan konsumen terhadap produk tersebut. Adapula calon konsumen mengira bahwa suatu produk yang belum terkenal dikalangan kategorinya dinilai belum memenuhi kualitas, padahal produk tersebut juga memiliki kualitas yang baik. Namun, bisnis produk selimut kendaraan juga menghadapi tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah persaingan yang ketat dari produk serupa yang sudah ada di pasaran. Untuk itu, penting untuk memiliki keunggulan yang mampu membedakan produk dari pesaing. Selain itu, perlu juga melakukan riset pasar yang komprehensif untuk mengetahui preferensi konsumen dan memahami kebutuhan mereka. Selimut kendaraan juga merupakan produk yang memerlukan biaya produksi yang cukup besar, sehingga perlu mempertimbangkan strategi pengelolaan biaya agar bisa menghasilkan profit yang optimal. Terakhir, perlu juga memperhatikan kebijakan regulasi terkait dengan produk selimut kendaraan, seperti standar keselamatan dan bahan-bahan yang digunakan, agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan aman dan legal.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran dimana menjadi salah satu permasalahan yang terjadi pada usaha konfeksi Bodycoverbdg untuk

penelitian lebih lanjut dan hasilnya akan peneliti tuangkan dalam skripsi berjudul ‘STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KONFEKSI DI KOTA BANDUNG (Studi Kasus Pada Bodycoverbdg)’.

1.2 Fokus Penelitian

Peneliti dalam hal ini lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran yang diterapkan pada Bodycoverbdg yang mengacu pada indikator *Segmentasi, Targetting, Positioning, Diferentiation*.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum usaha konfeksi Bodycoverbdg?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha konfeksi Bodycoverbdg?
3. Apa saja hambatan dan usaha pada usaha konfeksi Bodycoverbdg dalam melakukan strategi pemasaran?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang didapat dari rumusan masalah tersebut adalah :

1. Mengetahui gambaran umum usaha konfeksi *Bodycoverbdg*.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha konfeksi *Bodycoverbdg*.
3. Mengetahui hambatan dan usaha pada usaha konfeksi *Bodycoverbdg* dalam melakukan strategi pemasaran.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan teoritis yang berdasarkan pertimbangan kontekstual dan kegunaan praktik untuk perbaikan bagi

Lembaga/instansi yang bersangkutan. Kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan, manfaat serta wawasan tambahan bagi penulis, selain itu penelitian ini dapat bermanfaat sebagai rujukan atau referensi seputar strategi pemasaran untuk mahasiswa lain. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran terkait dampak yang ditimbulkan pada *Bodycoverbdg* pada saat proses strategi pemasaran. Selain itu mendapat gambaran bahwa jika semakin luas strategi pemasaran akan berdampak baik bagi perusahaan.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Guna untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Selain itu, penelitian ini dapat berguna untuk memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai ilmu pemasaran terutama strategi pemasaran yang berpengaruh pada penjualan produk.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat berguna bagi usaha konfeksi *Bodycoverbdg* untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi marketing dalam meningkatkan persentase penjualan.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, rujukan atau penelitian lanjutan yang berkaitan maupun tidak berkaitan dengan strategi pemasaran,

1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha konfeksi Bodycoverbdg yang bertempat di Jalan Sampora gang Sukamenak IV No.35 , RT 01 RW 16, Kelurahan Sukamenak, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung-Jawa Barat.

b. Lamanya Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 6 bulan, yaitu dari bulan Januari sampai dengan Juni 2023.

