

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri sepatu sandal grosir merupakan salah satu sektor yang mengalami dinamika yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan permintaan yang tinggi terhadap sepatu sandal, terutama di kalangan konsumen muda, telah menarik banyak pelaku usaha untuk memasuki pasar ini. Meskipun demikian, meningkatnya jumlah pesaing dalam industri ini tidak selalu diimbangi dengan peningkatan penjualan yang memadai bagi setiap usaha. Industri alas kaki, terutama sepatu dan sandal, merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia. Sebagai salah satu kebutuhan pokok, sepatu dan sandal tidak hanya memenuhi fungsi dasar, tetapi juga menjadi bagian penting dari gaya hidup dan fashion masyarakat. Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap produk alas kaki di pasar lokal maupun nasional. Dalam konteks ini, usaha kecil dan menengah (UKM) berperan signifikan sebagai penyedia utama produk-produk tersebut, termasuk usaha grosir sepatu dan sandal yang semakin menjamur di berbagai daerah.

Philip Kotler dalam buku berjudul Manajemen Pemasaran (2008) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. **William G. Nickels** William G. Nickels dalam buku *Understanding Business* (1998) menyebutkan bahwa penjualan yaitu proses di mana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. **Sofjan Assauri** Sofjan Assauri dalam buku berjudul *Manajemen Pemasaran* (2002)

menyebutkan penjualan merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Menurut Zahra dan Chaples, kompetisi dalam bisnis merupakan proses di mana sebuah perusahaan berusaha mengenali suatu industri, termasuk mengenai pasar dan pesaingnya. Dengan demikian, mereka dapat menyusun strategi yang tepat untuk menghadapi keunggulan para kompetitor. Sementara itu, menurut Marbun, definisi persaingan usaha adalah upaya dari dua atau lebih usaha yang berbeda untuk saling mengungguli dengan coba menawarkan sesuatu yang menguntungkan kepada pasar.

Dari dua pandangan ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa inti dari kompetisi dalam bisnis adalah untuk saling mengungguli satu sama lain. Akan tetapi, tujuan utamanya adalah untuk mengembangkan bisnis dan menawarkan sesuatu yang lebih kepada pasar.

Persaingan yang ketat di pasar sepatu sandal grosir tidak hanya disebabkan oleh banyaknya pemain baru, tetapi juga oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin memilih produk berkualitas dengan harga bersaing. Konsumen saat ini lebih cenderung mencari nilai lebih dalam produk yang mereka beli, seperti desain yang menarik, kenyamanan, dan keawetan. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memperbaiki strategi pemasaran mereka agar tetap relevan.

Lebih jauh lagi, perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah cara bisnis beroperasi. Banyak pelaku usaha yang kini memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka, yang membuat persaingan semakin ketat. Usaha sepatu sandal grosir yang tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini berisiko kehilangan pangsa pasar.

Competitiveness Reinvention Theory adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh **Rosabeth Moss Kanter** yang berfokus pada bagaimana organisasi dan bisnis dapat terus

mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka dengan melakukan inovasi dan pembaruan secara terus-menerus. Dalam dunia bisnis yang cepat berubah, kemampuan untuk merespons dinamika pasar dengan fleksibel dan kreatif menjadi kunci keberhasilan. Teori ini menekankan pentingnya berinovasi secara strategis dalam berbagai aspek bisnis, termasuk produk, proses, dan model bisnis.

1. *Innovation Leadership* (Kepemimpinan Inovasi)

Perusahaan atau usaha kecil seperti penjualan sepatu sandal perlu dipimpin oleh individu atau tim yang mampu membawa inovasi ke dalam strategi bisnis mereka. Inovasi ini bisa berupa desain produk yang lebih menarik, cara pemasaran yang baru, atau teknologi dalam proses produksi.

2. *Customer-Centricity* (Berfokus pada Pelanggan)

Usaha penjualan sepatu sandal harus fokus pada kebutuhan dan preferensi pelanggan. Pengenalan dan analisis tren konsumen dapat membantu bisnis dalam menyesuaikan produk dan layanan mereka sesuai dengan permintaan pasar.

3. *Adaptability and Flexibility* (Adaptabilitas dan Fleksibilitas)

Pasar penjualan sepatu sandal terus berubah dengan tren mode, teknologi, dan preferensi konsumen yang bergeser. Perusahaan yang dapat beradaptasi dengan cepat akan memiliki keunggulan daya saing.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami seberapa besar pengaruh persaingan usaha terhadap penjualan sepatu sandal grosir. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dalam lingkungan yang kompetitif, pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya saing usaha terhadap penjualan sepatu sandal grosir dengan fokus

pada Usaha Sepatu Sandal Berkah, sehingga diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan di pasar.

Usaha Sepatu dan Sandal Berkah merupakan usaha yang bergerak di bidang pemasaran dengan menjual berbagai merk sepatu dan sandal yang dijual dalam bentuk grosir. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 1980an dan berdiri hingga sekarang. Usaha Sepatu dan Sandal berkah ini memiliki sistem dengan mengambil barang dari pusat produksi dari merk sepatu sandal tertentu dan pihak “Berkah” memasarkan barang tersebut dengan harga grosir, usaha Sepatu dan Sandal Berkah memiliki cara untuk memasarkan produk sandal dan sepatu tersebut yaitu dengan cara memasarkan lewat sales yang bertugas untuk memasarkan produk ke berbagai pasar di Jawa Barat. Sepatu dan sandal yang di pasarkan secara grosir oleh usaha Berkah ini lebih dominan oleh merk sepatu sandal New Era asal Surabaya, Adapun merk sepatu sandal lainnya seperti Dulux, Hilo’S, Porto, Inkayani, Golfer tetapi merk sepatu sandal yang dominan di usaha Berkah ini adalah merk New Era.

Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah memasarkan produk sepatu sandal grosir dari beberapa merk dengan menawarkan ke berbagai pasar di Jawa Barat oleh sales yang bertugas untuk memasarkannya dengan cara *mouth to mouth* antara sales dan pedagang sepatu sandal di pasar tersebut, kegiatan ini difasilitasi dengan mobil box untuk membawa barang dan supir yang bertugas untuk mengendarai mobil tersebut. Kini Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah memiliki unit mobil box sebanyak 4 buah untuk memasarkan produk tersebut dan masing masing mobil memiliki jalur pasar tersendiri setiap harinya. Pasar yang dituju untuk memasarkan produk ini antara lain di Pasar Kadungora di kota Garut, Pasar Ciranjang di kota Canjur, Pasar Cipeundeuy di kota Purwakarta, Pasar Panorama di Lembang dan masih banyak pasar lainnya di Jawa Barat.

Usaha Sepatu dan Sandal Berkah memiliki permasalahan di dalam usahanya yaitu adanya para pesaing baru di bidang yang sama seperti Usaha Grosir Berkah ini, Usaha Grosir Berkah yang berfokus pada produk sepatu dan sandal lokal dari berbagai macam merk dan kini memiliki pesaing usaha sepatu sandal grosir juga namun usaha itu menjual produk sepatu sandal premium atau bisa disebut kw dengan menggunakan merk seperti nike, adidas, vans, dll yang dijual dengan harga murah, Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah merupakan salah satu pelaku usaha lokal yang berupaya untuk tetap kompetitif di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Namun, keberlangsungan usaha dalam menghadapi persaingan tidak hanya bergantung pada harga atau kualitas produk semata, tetapi juga pada kemampuan usaha untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui berbagai indikator seperti: keunggulan biaya, pembedaan produk, dan strategi fokus.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING USAHA SEPATU SENDAL GROSIR BERKAH DI KOTA BANDUNG”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti melakukan fokus penelitian untuk mengetahui analisis keunggulan bersaing pada Usaha Sepatu Sandal Grosir Di Bandung dengan indikator keunggulan bersaing yaitu keunggulan biaya (*cost leadership*), pembedaan produk (*differentiation*), strategi fokus (*focus*).

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung?
2. Bagaimana analisis Keunggulan Bersaing Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung?
3. Apakah faktor-faktor yang mempegaruhi keunggulan bersaing Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung.
2. Untuk mengetahui analisis keunggulan bersaing Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keunggulan bersaing Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah di Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat baik secara toritis maupun secara paktis, diantaranya sebagai berikut :

1. Kegunaan secara Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermamfaat untuk mahasiswa Universitas Pasundan terutama jurusan Administrasi Bisnis. Penelitian ini dapat digunakan guna memahami tentang teori yang berhubungan dengan ilmu pemasaran yang berkaitan dengan keunggulan bersaing usaha dalam penjualan bagi setiap usaha atau perusahaan, terutama di bidang usaha grosir. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bermamfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan secara Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini untuk mengetahui keunggulan bersaing usaha penjualan pada Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah.
- b. Bagi Usaha Sepatu Sandal Grosir Berkah, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi dan masukan bagi usaha in, khususnya di bidang pemasaran dalam permasalahan keunggulan bersaing usaha untuk menguatkan daya saing usaha agar dapat meningkatkan angka penjualan.

- c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi.

1.6 Lokasi Dan Lamanya Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Sendal Sepatu Grosir Berkah yang beralamatkan di Jalan Cibolerang Barat, Komplek Putra Sawargi No. 37 Kota Bandung

1.6.2 Lama Penelitian

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung selama beberapa bulan. Dimulai dari Awal bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan Maret 2025

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

| No | Keterangan | Tahun 2024-2025 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|--|--|
| | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| Tahap Persiapan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Penjajakan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Studi Keupustakaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Penyusunan Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tahap Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Observasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Dokumentasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tahap Penyusunan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Penyusunan Bab 4-5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Perbaikan Bab 1-5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |