

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Potensi ramainya pasar pada busana muslim dipengaruhi oleh faktor masyarakat Indonesia mayoritas beragama muslim. Berkembangnya dunia *fashion* busana muslim membuat masyarakat dapat mengikuti trend modern dalam berpakaian tanpa menghilangkan hakikat menutup aurat itu sendiri. Bukan hanya kalangan perempuan, *fashion* pada busana muslim pria juga berkembang. Sudah banyak designer yang menawarkan berbagai macam model. (Umi, 2019)

Dengan adanya fakta tersebut, mulai muncul berbagai macam *Online Shop* yang mengambil bidang usaha busana muslim tersebut, terlebih di kota Gresik, dimana Gresik merupakan kota yang mempunyai penduduk mayoritas muslim, bahkan kota ini dikenal sebagai kota santri.

Pengembangan usaha pada bidang *fashion* busana muslim tidak begitu asing lagi di kalangan masyarakat. Bahkan busana muslim merupakan pakaian yang mereka kenakan dalam kehidupan sehari-hari, bukan hanya untuk ibadah namun masyarakat kadang kala menggunakan busana muslim tersebut pada aktivitas yang lain.

Aydan Moslem Store merupakan salah satu bisnis bidang *online shop* busana muslim di kota Gresik. Usaha ini dijalankan oleh perorangan oleh pemilik usaha sendiri termasuk bagaimana mengembangkan bisnisnya. Online

shop ini menyediakan pakaian muslim pria dengan harga dan kualitas yang cukup bagus.

Dalam pengembangan usahanya, pemilik usaha ini memanfaatkan media sosial serta market place sebagai perantara untuk mendapatkan konsumen. Usaha yang sudah dijalankannya kurang lebih selama satu tahun ini cukup menjanjikan. Kualitas barang yang dihasilkan sangat sesuai dengan harga yang diberikan. Banyak konsumen yang tertarik dengan design yang diberikan oleh aydan moslem store.

Sifat pasar online sangat dinamis dan membutuhkan perubahan yang cepat, dan produk perlu mengambil langkah yang tepat untuk bertahan dan bersaing. Strategi komunikasi pemasaran termasuk hal yang penting dan serius dalam sistem penjualan produk secara online. (Pemasaran & Busana, 2017). Pemasaran secara online sudah menjadi sistem komunikasi yang begitu penting tidak hanya bagi kalangan produsen namun juga pada konsumen. (Aprilya, 2017)

Perdagangan online melakukan hal yang sama seperti perdagangan tradisional, namun memiliki keuntungan karena dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan dan keuntungan suatu usaha. Perdagangan secara online bersifat fleksibilitas, dimana dapat memangkas biaya pemasaran dalam menyampaikan informasi mengenai produk kepada kalangan konsumen. (Studi et al., 2017)

Pemasaran produk secara online hanya cukup perlu mendigitalisasi informasi tentang barang yang dijual dan meletakkannya pada server atau web yang menyediakan tempat untuk penjualan online. Sistem pemesanan dapat

diterima secara 24 jam dalam 7 hari karena memiliki jangkauan yang luas di internet. (Studi et al., 2017)

Penjualan secara online memiliki peluang yang begitu besar untuk mendapatkan keuntungan atau pendapatannya. Tetapi disisi lain, banyak persaingan bahkan ketat diantara para pelaku usaha terlebih pemilik usaha dibidang yang sama. Pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengetahui keinginan konsumen agar tertarik dengan produk yang dihasilkan atau dijual. (Subagyo & Safitri, 2019)

Kondisi persaingan pada perdagangan online (*e-commerce*) dibidang ini cukup kompetitif. Dikarenakan begitu banyak pengusaha yang bergerak dibidang yang sama, juga bergerak di penjualan secara online. Serta bergerak di penjualan online membutuhkan marketing yang baik serta strategis agar toko mudah ditemukan dan dapat dipercaya oleh konsumen, hal tersebut membutuhkan waktu, tenaga, serta pikiran yang lama. (Studi et al., 2017)

Berdasarkan beberapa pemaparan mengenai penjualan secara online bahkan bagaimana persaingannya, maka pelaku usaha dituntut untuk membuat rancangan yang tepat agar proses pengembangan bisnisnya dapat berjalan dengan baik. Peran pemilik usaha Aydan Moslem Store sangatlah penting dalam mengembangkan bisnisnya di pasar online, bagaimana toko tersebut dapat dikenal dan dapat bersaing dengan usaha yang lainnya yang bahkan mungkin lebih unggul.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemilik usaha memanfaatkan platform digital yang ada untuk digunakan sebagai media promosi dan bagaimana pemilik usaha dalam mengoptimalkan promosi

produknya untuk mengembangkan usahanya, berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “PENGEMBANGAN USAHA AYDAN MOSLEM STORE MENGGUNAKAN PEMASARAN DIGITAL”

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apa strategi bisnis yang digunakan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana pemilik usaha mengoptimalkan pengembangan usahanya melalui digital marketing?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pembahasan yang telah diuraikan, maka tujuan penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh pelaku usaha dalam pengembangan bisnisnya
2. Untuk mengetahui bagaimana pemilik usaha mengoptimalkan promosinya pada platform digital

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bisa bermanfaat untuk pembaca terutama beberapa pelaku usaha dibidang yang sama agar dapat memanfaatkan digital sebagai pertimbangan pengembangan bisnisnya
2. Bisa bermanfaat untuk mahasiswa penulis lainnya yang akan melanjutkan penelitian dengan judul yang sama, serta bagi saya sebagai penulis untuk dapat termotivasi dalam menjalankan usaha