

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan busana muslim di Indonesia saat ini mengalami perubahan yang sangat signifikan. Kaidah berpakaian menurut Islam diadaptasi dengan luwes dan cair di Indonesia, disesuaikan dengan kultur setempat (Damayanti, 2014). Busana Muslim merupakan busana yang lazim dipakai oleh kalangan masyarakat di Indonesia, atau produk yang ada sejak dahulu sebagai salah satu karya asli Indonesia yang masih dipertahankan hingga sekarang ini. Salah satu jenis baju muslim adalah baju muslim pria. Baju muslim pria ini memiliki motif warna yang khas yaitu memiliki warna serta memiliki corak yang berbeda. Salah satu perusahaan yang memproduksi busana muslim ini adalah UD. Ramli Collection.

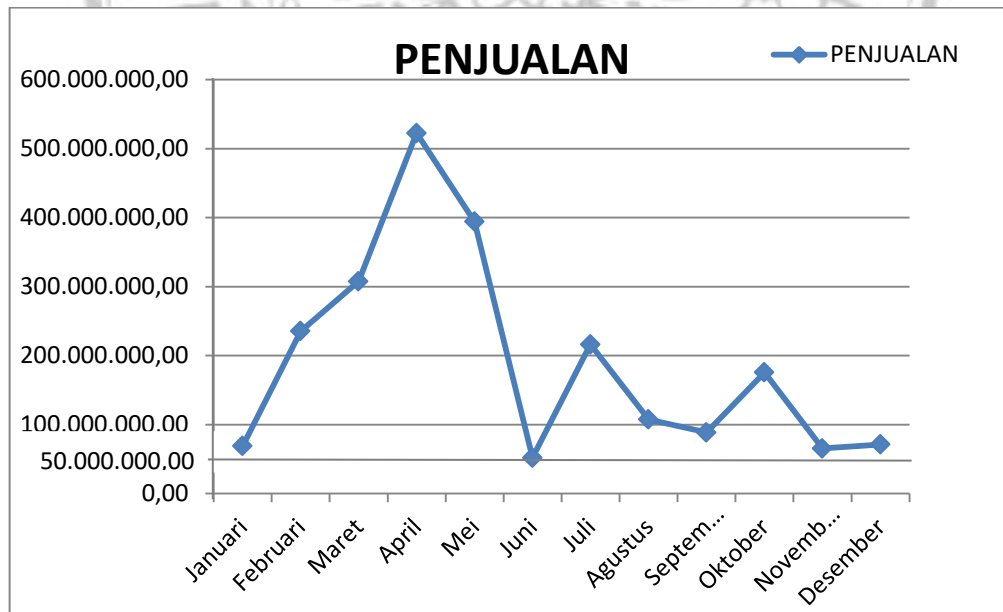
Menurut wawancara dengan Kepala UD. Ramli Collection, perusahaan UD. Ramli Collection awal mula berdiri pada tahun 2008 yang dulunya memproduksi baju anak-anak. Seiring dengan berjalannya waktu, UD. Ramli Collection berhenti memproduksi baju anak-anak dan mulai membuat produk baru pada tahun 2015 yaitu memproduksi baju muslim pria hingga sekarang ini, sehingga perusahaan dituntut untuk mengerjakan pemesanan dengan sebaik-sebaiknya agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan secara *continue* (berkelanjutan). Dalam menjalankan operasional bisnisnya perusahaan tersebut mengerjakan pesanan yang sifatnya *make to stock* dengan memperkirakan berapa banyak pesanan yang dihasilkan produknya, dan kemudian memasok *stock* produk jadi yang cukup untuk memenuhi pesanan tersebut.

Bahan baku dalam pembuatan Baju Muslim Pria yaitu kain katun, benang, kancing, bordir, kemasan, dan label merk. Lokasi UD. Ramli Collection berada di Jalan Sindujoyo XVII No 1-13 Kabupaten Gresik-Indonesia. Industri tekstil ini menjadi salah satu produsen baju muslim pria dengan kualitas nasional.

Pada saat ini UD. Ramli Collection mendistribusikan Baju Muslim Pria di daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera dan Jakarta. Dari hasil

pengamatan langsung terhadap bisnis proses pada Industri Baju Muslim Pria tersebut, perusahaan memiliki tantangan berupa ancaman terhadap bisnis yang mereka jalankan yaitu produk mereka masih kalah bersaing dengan baju muslim lainnya seperti merk wadimor yang sudah menjadi trending dikalangan masyarakat sekarang ini.

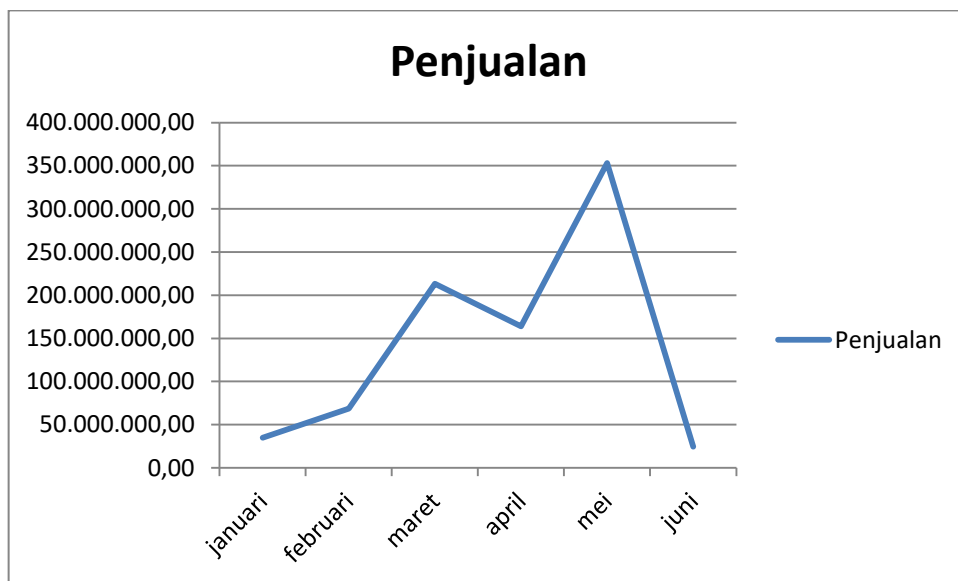
Penjualan produk baju muslim pria ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses penjualan produk baju muslim pria seperti dalam hal pemanfaatan teknologi juga masih kurang luas diaplikasikan ke sistem penjualan produk baju muslim sehingga jaringan konsumen masih kurang luas, jika teknologi ini diterapkan didalam penjualan bisa meningkatkan volume penjualan dikarenakan jaringan pemasaran lebih luas ke luar daerah-daerah yang jangkauannya lebih jauh dari target penjualan sebelumnya. Hal ini membuat penjualan produk baju muslim pria masih mengalami ketidakstabilan penjualan yang mempengaruhi jumlah pendapatan dari UD. Ramli Collection. Ketidakstabilan pendapatan penjualan baju muslim pria dapat dilihat pada gambar 1.1.



**Gambar 1.1** Grafik omzet penjualan produk baju muslim pria periode bulan Januari – Desember 2019

*Sumber: Data penjualan bulan Januari – Desember 2019 “UD.Ramli Collection”*

Dari gambar di atas tersebut grafik penjualan baju muslim pria pada tahun 2019. Terdapat bulan Januari, Juni, dan November yang persentasasi penjualan yang rendah. Dilihat dari data penjualan sebelumnya pada tahun 2018 juga tidak jauh berbeda dengan data penjualan pada tahun 2019 dalam pendapatan penghasilan omsetnya yang sama-sama mengalami tidak kestabilan. Bisa dilihat pada gambar 1.2



**Gambar 1.2** Grafik omzet penjualan produk baju muslim pria periode bulan Januari-Juni 2018

*Sumber: Data penjualan bulan Januari – Juni 2018 “UD.Ramli Collection”*

Jika dilihat dari faktor grafik penjualan pendapatan omset pada tahun 2018 dan tahun 2019 telah mengalami kesamaan dalam penghasilan omset produk baju muslim, terutama pada bulan Juni sama-sama mengalami penurunan yang sangat drastis. Dari hasil sebuah wawancara dengan pemilik UD.Ramli Collection mengatakan omset penurunan drastis pada bulan Juni dikarenakan adanya moment Bulan Ramadhan (bulan puasa bagi umat Islam) sehingga sangat sulit untuk memasarkan produk terlebih lagi ada beberapa pesaing lainnya yang sudah menjadi kepercayaan lebih kepada masyarakat. Sedangkan pada bulan Februari, Maret, dan April mengalami kenaikan, terutama pada tahun 2019 bulan April telah mengalami kenaikan signifikan dikarenakan UD.Ramli Collection telah mengikuti beberapa program seperti pameran, event di beberapa wilayah termasuk

Gresik sendiri telah diadakan setahun sekali adanya kegiatan program pameran di Icon Mall, Pameran Semen Gresik, dll.

Menurut Pemilik UD.Ramli Collection juga mengatakan bahwa perusahaan memiliki kondisi internal yang perlu diperhatikan seperti kekuatan dan kelemahan. Dari segi kekuatan sendiri memiliki peluang cukup baik yaitu penduduknya banyak mayoritas muslim sehingga lebih mudah untuk melakukan penjualan. Sedangkan sisi kelemahan yaitu pertama, harga bahan baku utama tidak stabil (mahal) sehingga sulit untuk menentukan pemasarannya dan harus hati-hati dalam melakukan proses produksinya, dan kedua memiliki beberapa pesaing dalam penjualan. Khususnya area Gresik sendiri ini memiliki beberapa persaingan antar bisnis penjualan produk busana muslim sehingga pemasaran sulit berkembang terus menerus.

Dalam tahap sekarang ini UD.Ramli Collection sudah memposisikan pada fase pengembangan dimana pada data penjualan tahun 2019 sudah mengalami kenaikan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan data penjualan tahun 2018 dalam pemasarannya. Hanya saja setiap tahun pastinya terus mengalami perubahan dengan adanya teknologi di zaman modern sekarang, Untuk itu UD.Ramli Collection terus melakukan perkembangan dalam ide penjualan agar pemasarannya terus meningkat dan bisnis terus berkelanjutan dalam produksinya.

Dalam pembelian produk baju muslim pria ini sudah menerapkan metode pembayaran lewat transfer seperti M-Banking, OVO, dll. Bisa juga langsung ke tokonya langsung. Dari sebuah wawancara kepada beberapa kalangan masyarakat bahwa masih belum mengenal luas adanya produk merk Ramli, hanya merk BHS dan Wadimor yang cukup dikenal. Sehingga masih belum bisa menyamai pemasarannya untuk wilayah Gresik. Beberapa produk pesaing Ramli Collection di Wilayah Gresik dapat dilihat pada Tabel 2.1.

**Tabel 1.1** Produk Pesaing Busana Muslim Pria

No	Nama Toko	Nama Merk
1.	Ramli Collection	Ramli
2.	Wadimor Gresik	Wadimor
3.	Elzatta Gresik	Elzatta
4.	BHS Gresik	BHS
5.	Lain-lain.	

Tabel di atas adalah nama-nama produk yang sudah mendapatkan kepercayaan kepada masyarakat khususnya wilayah Gresik terhadap konsumennya. Berikut ini perbandingan produk baju muslim pria sebagai berikut :

**Tabel 1.2** Perbandingan Brand Baju Muslim Pria

Nama Produk	Ramli Collection	Wadimor	BHS	Elzatta
Gambar Produk				
Harga	Rp 120.000 – RP 200.000	Rp 150.000 – Rp 500.000	Rp 150.000 – RP 1.000.000	Rp 120.000 – Rp 500.000
Jenis	Atasan	Atasan	Atasan	Atasan
Type	Lengan Pendek dan panjang	Lengan Pendek dan panjang	Lengan Pendek dan panjang	Lengan Pendek dan panjang

Bahan	Kain Katun	Katun	Katun doby	Katun
	<a href="https://shopee.co.id/product/9904942/3414175552?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=10118nx5pwn&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates">https://shopee.co.id/product/9904942/3414175552?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=10118nx5pwn&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates</a>	<a href="https://shopee.co.id/product/185095397/3731683089?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=110018nXJAdR&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates">https://shopee.co.id/product/185095397/3731683089?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=110018nXJAdR&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates</a>	<a href="https://shopee.co.id/product/90425016/1507645428?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=10118nx7t2B&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates">https://shopee.co.id/product/90425016/1507645428?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=10118nx7t2B&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates</a>	<a href="https://shopee.co.id/product/250806595/4328960332?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=110118nvALX8&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates">https://shopee.co.id/product/250806595/4328960332?deep_and_deferred=1&amp;pid=partnerize_int&amp;af_click_lookback=7d&amp;is_retargeting=true&amp;af_reengagement_window=7d&amp;af_installpostback=false&amp;af_sub2=SHOPEE&amp;clickid=110118nvALX8&amp;af_siteid=110019811&amp;utm_source=110019811&amp;utm_medium=affiliates</a>

Sumber : <https://iprice.co.id/>

Dari pernyataan tabel di atas terdapat link menunjukkan merk yang sudah menjadi kepercayaan masyarakat seperti halnya dalam pemasaran media online UD.Ramli Collection masih memiliki rating dibawah BHS dan wadimor dalam penjualan produk baju muslim pria. Perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga perusahaan dapat lebih berkembang, sehingga dalam penyusunan serta melakukan formulasi strategi pemasaran tersebut digunakan pendekatan ilmiah berupa integrasi metode SWOT Matriks IFE-EFE dan STP (*segmentation, Targeting, Positioning*).

Dimana kedua metode ini mampu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal industri tekstil (baju muslim pria), mampu mengetahui strategi pemasaran yang akan dilakukan, mampu mengetahui perusahaan berada kelompok yang mana dalam pemasaran, serta mengukur tingkat kepuasan konsumen dan bisa mengetahui apa yang harus dikembangkan (Kloter dan

Amstrong. 2001). Hal ini perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam menentukan berhasil atau tidaknya dalam berbisnis. Dengan bauran pemasaran dari sejumlah peubah pemasaran inti yang dikenal dengan 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) yang digunakan untuk mencapai target pasar yang telah ditetapkan dan mencapai kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Baju Muslim Pria Dengan Metode Swot Dan Stp (*Segmentation, Targetting, Positioning*) Di UD.Ramli Collection”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi landasan pelaksanaan penelitian ini yaitu :

1. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap penjualan produk Baju Muslim Pria ?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran pada UD. Ramli Collection ?
3. Bagaimana situasi posisi perusahaan UD. Ramli Collection ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan yang akan dicapai dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi kondisi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap penjualan produk Baju Muslim Pria.
2. Menfomulasikan alternatif strategi pemasaran UD. Ramli Collection.
3. Mengetahui posisi UD. Ramli Collection.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang sinergi bagi UD.Ramli Collection, sehingga hasil yang diharapkan adalah:

1. Dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap penjualan produk Baju Muslim Pria.
2. Mengetahui alternatif strategi pemasaran UD. Ramli Collection.
3. Dapat mengetahui posisi strategi dalam perusahaan.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah dilakukan dengan tujuan agar konsep penelitian lebih fokus dan terarah terhadap perumusan masalah yang akan diselesaikan. Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Data digunakan data pendapatan penjualan baju muslim pria yang diambil pada penelitian ini adalah periode dibulan Januari – Desember 2019.
2. Konsumen yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah konsumen di beberapa kawasan Gresik.

### **1.6 Asumsi – Asumsi**

Asumsi yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden yang menilai faktor internal dan eksternal produk Baju Muslim Pria dengan menggunakan kuesioner adalah orang mengerti dan memahami produk Baju Muslim Pria.
2. Data penjualan diambil dari data selama satu tahun.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Pada pembahasan penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi beberapa bab dengan pembagian bab sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan mengenai penjelasan umum yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisikan teori dasar, metode beserta perumusannya yang digunakan dalam pengolahan data perancangan produk dalam Tugas Akhir ini yaitu teori dengan metode SWOT Matriks IFE-EFE dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan penjelasan mengenai model pemecahan masalah dan langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan



metode SWOT Matriks IFE-EFE dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*).

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

Berisikan tentang data-data yang diperoleh di lapangan yang sesuai dengan objek tugas akhir yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti, sedangkan pengolahan data berisikan tentang proses perubahan data mentah menjadi suatu hasil yang bisa dipahami sehingga membantu di dalam menganalisa.

#### **BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI**

Berisikan analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data, pada bagian ini akan dibahas analisis dari hasil penjualan Baju Muslim Pria pada UD. Ramli Collection.

#### **BAB VI PENUTUP**

Berisikan kesimpulan atas dasar pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang mencerminkan jawaban atas permasalahan yang dirumuskan, dan juga memberikan saran yang berisikan tindak lanjut dari kesimpulan, berupa anjuran rekomendasi atas kesimpulan yang diambil.

