

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia perkembangan *fashion* dan model busana sudah sangat tinggi peminatnya, seperti yang kita ketahui pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh manusia. Dalam kondisi industri *fashion* saat ini, suatu perusahaan harus mampu mengikuti dan siap menghadapi perubahan - perubahan yang terjadi secara internal maupun eksternal.

Di Lampung Tengah terdapat banyak pengusaha yang membuka usaha di bidang *fashion*. Banyaknya pengusaha tersebut tidak diimbangi oleh pertumbuhan jumlah konsumen serta minat beli konsumen yang cenderung naik turun. Hal ini memaksa para pengusaha untuk menarik minat konsumen agar berkunjung ke lokasi usahanya. Jika pemilik usaha tidak kreatif dalam melakukan strategi pemasaran, maka akan tergilas oleh persaingan usaha *fashion* yang ada di Lampung Tengah. Hal ini terbukti dari banyaknya para pengusaha *fashion* yang gulung tikar akibat tidak dapat bersaing dalam merebut minat konsumen.

Suatu perusahaan dapat menjual produk dengan harga yang sesuai dan menguntungkan pada tingkat kualitas yang diberikan, diharapkan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Pada dasarnya sukses atau tidaknya suatu usaha bergantung pada perhatian kita terhadap konsumen yang menjadi sasaran bisnisnya. Seorang pengusaha harus mengikuti perkembangan dunia dalam upaya memperkuat dan memperluas bisnisnya dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik agar tujuan bisnis tercapai walaupun harus menghadapi pesaing bisnis lainnya. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam kaitannya dengan ini diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengatasi keinginan konsumen, mengatasi ancaman persaingan dan memperkuat keunggulan bersaing.

Toko Rini *Fashion* terletak di Plaza Lampung Tengah. Toko ini memulai usahanya dengan menjual pakaian sejak tahun 2010, sehingga menjadikan toko ini cukup terkenal dan telah memiliki banyak pelanggan. Lokasi yang strategis mempermudah untuk menarik pusat perhatian para konsumen. Toko Rini menyediakan beragam busana wanita seperti baju atasan, baju setelan, gamis, serta beragam model celana. Target pemasarannya yaitu wanita dewasa dan

remaja. Toko Rini juga menerima pesanan dalam jumlah banyak atau grosir maupun ecer. Dalam menjalankan usahanya Toko Rini menerapkan strategi pemasaran dengan menyediakan produk – produk berkualitas dan harga yang terjangkau.

Terdapat beberapa toko yang juga menjual pakaian wanita di salah satu pusat perbelanjaan di kota Lampung Tengah, berada cukup berdekatan dengan Toko Rini *Fashion*. Hal ini menyebabkan adanya persaingan antar toko untuk menarik minat beli konsumen. Berikut merupakan daftar beberapa toko pesaing yang ada di Lampung Tengah :

Tabel 1. Daftar Pesaing Toko Fashion Tahun 2024

No	Nama Toko Pesaing
1.	Toko Ansstore
2.	Muchsin Grup
3.	Wcloo.id
4.	Rumah Kerudung
5.	Mosachic
6.	Nadia Busana
7.	Nabil Fashion
8.	Nibra's House
9.	Jelita Fashion Shop
10.	Yasmine Hijab
11.	Butik Ghassani

Sumber : Data diolah 2024

Dapat dilihat pada Tabel 1 jika pesaing toko *fashion* di Lampung Tengah cukup banyak. Beberapa toko tersebut merupakan toko yang ramai pembeli. Banyaknya pesaing tersebut mengakibatkan perolehan omset tiap tahun yang

tidak sesuai target dari tahun ke tahun. Target yang ditetapkan oleh pemilik Toko Rini adalah sebesar Rp, 2,000,000,000. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang dapat menaikkan kembali jumlah omset pada Toko Rini. Berikut merupakan tabel data omset penjualan pada tahun 2023 pada tabel berikut.

Tabel 2. Data Omset Penjualan Toko Rini *Fashion* Tahun 2023

No.	Omset Penjualan / Tahun		Target
	Bulan	2023	
1.	Januari	Rp. 62,810,000	180.000.000
2.	Februari	Rp. 59,900,000	132.000.000
3.	Maret	Rp. 67,115,000	141.000.000
4.	April	Rp. 71,010,000	164.000.000
5.	Mei	Rp. 64,300,000	126.000.000
6.	Juni	Rp. 66,220,000	143.000.000
7.	Juli	Rp. 72,500,000	188.000.000
8.	Agustus	Rp. 59,610,000	156.000.000
9.	September	Rp. 73,240,000	198.000.000
10.	Oktober	Rp. 59,490,000	200.000.000
11.	November	Rp. 67,560,000	167.000.000
12.	Desember	Rp. 69,200,000	205.000.000
Total Penjualan		Rp.788, 995,000	Rp. 2.000.000.000

Sumber : Toko Rini Fashion (2024)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa di tahun 2023, omset penjualan Toko Rini *Fashion* cenderung naik turun tiap bulannya. Perolehan omset tersebut belum sesuai oleh target penjualan yang diharapkan. Adanya persaingan harga, kurangnya promosi baik offline maupun online, produk yang cenderung tidak update dengan produk terbaru dan kurangnya jumlah jenis barang mengakibatkan menurunnya minat beli konsumen sehingga omset penjualan juga ikut menurun. Hal ini dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar berjalannya usaha. Maka dari pemaparan tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul : **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR PADA TOKO RINI *FASHION* DI LAMPUNG TENGAH”**. Tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan serta persaingan bisnis yang terjadi tetapi penjualan produk tetap berjalan

dengan stabil bahkan bisa meningkat sesuai target pada Toko Rini *Fashion* di Lampung Tengah.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan identifikasi masalahnya. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk pakaian yang kurang inovasi dengan model atau *design*
2. Banyak persaingan harga antar barang sejenis
3. Belum memanfaatkan promosi melalui media social
4. Kurangnya informasi keberadaan tempat atau lokasi

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi yang dilakukan terhadap faktor internal pada Toko Rini *Fashion* ?
2. Bagaimana strategi yang dilakukan terhadap faktor eksternal pada Toko Rini *Fashion* ?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk Toko Rini *Fashion* dalam menghadapi persaingan ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan terhadap faktor internal pada Toko Rini *Fashion*
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan terhadap faktor eksternal pada Toko Rini *Fashion*
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Rini *Fashion* dalam menghadapi persaingan

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan bacaan dan bahan evaluasi yang memberikan kontribusi dalam memilih dan mengimplementasikan strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya sehingga dapat berkembang dan tetap mampu bersaing dengan usaha sejenis di masa depan.

2. Bagi Peneliti

- a. Sebagai sarana untuk melatih, meningkatkan serta lebih memahami wawasan, ilmu pengetahuan, dan teori – teori yang telah dipelajari selama proses perkuliahan.
- b. Mendapatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran pada usaha Toko Rini Fashion.
- c. Mendapatkan pemahaman dan pengetahuan tentang pemilihan strategi yang tepat pada usaha Toko Rini Fashion dalam menghadapi persaingan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, serta diharapkan dapat memberi masukan dan informasi tambahan yang berguna bagi program studi manajemen dalam melakukan penelitian.

E. Sistematika penulisan

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai pemasaran, strategi pemasaran, persaingan bisnis, analisis swot, peneliti relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan dan

pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai simpulan dari hasil pengolahan data dan saran.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN - LAMPIRAN