

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dan perkembangan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk disimak, karena banyaknya bisnis baru yang mulai bermunculan, sehingga meningkat pula persaingan bisnis yang ada di Indonesia. Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang produk barang ataupun jasa mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan demi kebutuhan konsumen.

Perkembangan dan persaingan bisnis di Indonesia menyangkut seluruh kegiatan sector bisnis, termasuk pada sektor usaha perseorangan, menengah, dan lain sebagainya yang memberikan kontribusi dalam segi persaingan di kancah nasional maupun internasional yang semakin meningkat, untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat umum.

Perkembangan teknologi pun juga menjadi hal yang diperlukan oleh setiap pelaku usaha, karena mereka sadar bahwa teknologi adalah jalan yang cepat dan mudah untuk memasarkan produk ataupun jasa yang dikembangkan oleh para pelaku wiraswasta, bahkan saat ini banyak sekali media yang dapat dimanfaatkan

untuk mengenalkan produk masing-masing secara *online* seperti *instagram*, *website*, *bukalapak*, *shopee*, *tokopedia* atau media aplikasi lainnya yang banyak digunakan oleh para konsumen yang memang rata-rata saat ini lebih menyukai untuk melakukan transaksi bisnis secara *online*.

Broth.co adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang sektor pelayanan jasa khususnya jasa *laundry* sepatu yang berdiri sejak tahun 2016 hingga sekarang. Broth.co berfokus pada memberikan pelayanan jasa pencucian sepatu yang berlokasi di daerah Jombang, Jawa Timur.

Di dalam melakukan kegiatan bisnisnya, Broth.co melakukan strategi promosi dan penjualan dengan memanfaatkan media social *Instagram* sebagai media utama selain penggunaan media massa lainnya dan keikutsertaan dalam *event-event* di kota Jombang sendiri. Untuk pangsa pasar, mayoritas pengguna Broth.co adalah kalangan pelajar dan mahasiswa yang berada di kota Jombang.

Usaha yang bergerak di bidang sejenis di daerah Jombang yang menjadi pesaing bagi Broth.co antara lain adalah Starsclean, Shoes.id, serta Get Clean, yang tentunya memiliki strategi bisnis tersendiri sehingga dapat menjadi ancaman yang perlu dipertimbangkan. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, membedakan penerapan strategi pemasaran merupakan suatu keharusan.

Tabel 1.1**Data Penjualan Jasa Laundry Broth.co Jombang pada tahun 2018****Bulan Januari-Desember.**

NO	BULAN	PENDAPATAN
1	Januari	Rp. 17.000.000
2	Februari	Rp. 18.000.000
3	Maret	Rp. 19.500.000
4	April	Rp. 21.000.000
5	Mei	Rp. 30.500.000
6	Juni	Rp. 25.000.000
7	Juli	Rp. 15.500.000
8	Agustus	Rp. 22.000.000
9	September	Rp. 20.500.000
10	Oktober	Rp. 17.500.000
11	November	Rp. 19.000.000
12	Desember	Rp. 21.000.000

Sumber : Broth.co Jombang, 2018.

Berdasarkan tabel tersebut, data penjualan pada Broth.co Jombang tidak stabil dan berada pada kondisi fluktuatif. Hal tersebut dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai target penjualan dan adanya penurunan penjualan tersebut maka dapat menjadi peluang bagi pesaingnya untuk memenangkan pasar. Untuk dapat meningkatkan penjualan dan menghadapi

persaingan yang ketat, perlu adanya strategi pemasaran yang baik untuk menciptakan sebuah inovasi agar bisnis dapat berjalan sesuai dengan tujuan perusahaannya. Adapun strategi yang dilakukan oleh Broth.co untuk mempromosikan usahanya dengan menggunakan media sosial. Disamping itu, untuk meningkatkan omset penjualan maka upaya yang dilakukan adalah Analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Dengan analisis SWOT, Broth.co Jombang dapat mengetahui kekuatan perusahaan agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, mengetahui kelemahan perusahaan yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan di kemudian hari, memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan konsumen lebih banyak dan meningkatkan penjualan, serta adanya ancaman yang dapat berupa adanya pesaing baru dan selera konsumen yang berubah-ubah.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana cara Broth.co Jombang menjadi suatu agen penyedia jasa pelayanan *laundry* sepatu yang besar dan dikenal oleh masyarakat luas. Atas dasar latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengadakan suatu penelitian mengenai strategi pemasaran yang berjudul “Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus Jasa *Laundry* Sepatu Broth.co Jombang).”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana strategi pemasaran pada Broth.co Jombang dalam meningkatkan omset penjualan dengan menggunakan Analisis SWOT ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran pada Broth.co Jombang dalam meningkatkan omset penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca, dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh

Broth.co Jombang melalui Analisis SWOT. Yang pada akhirnya sebagai masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya, serta referensi dalam pengambilan keputusan bisnis pada masa yang akan datang.