

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di zaman modern ini pelaku usaha dituntut untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Pelaku usaha harus dapat menerapkan suatu strategi yang tepat supaya persaingan dalam pasar dapat berhasil dengan baik, Hal ini harus dikembangkan dalam dunia bisnis supaya tepat sasaran, sehingga usaha dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan. Berdasarkan sumber usaha adalah suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut.

Bisnis di Kota Palembang sudah meluas dan beragam dari usaha transportasi, produk, makanan, dan berbagai usaha jasa. Usaha didesain khusus yang memiliki berbagai jenis, tipe untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada usaha Thrift . Seperti yang kita ketahui bahwa pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang harus digunakan oleh manusia, serta banyak orang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi sehingga hanya ingin menggunakan baju satu kali saja. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan ikut memiliki andil dalam mendorong praktik-praktik kewirausahaan yang pada akhirnya memunculkan berbagai penemuan-penemuan produk baru bagi konsumen. Hal ini tentunya membuka peluang kerja baru, membuka pasar baru, dan dalam jangka panjang akan mampu menciptakan pertumbuhan usaha di berbagai sektor.

Dalam hal ini Thrift mengambil kesempatan tersebut untuk membuka usaha dalam bidang menjual pakaian di Palembang Thrift Shop, Usaha Thrift melakukan kegiatannya dengan memasarkan barang melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Thrift Shop dalam menjalankan usahanya, juga mengalami berbagai hambatan dalam usahanya. Salah satu hambatan tersebut ialah susahny mendapat barang

berkualitas premium dikarenakan dalam membeli baju thrift tersebut tidak bisa satuan melainkan bal. Dalam menjalankan usaha Thrift Shop tidak hanya memiliki hambatan saja, tetapi Thrift Shop juga memiliki keunggulan yang sudah teruji, seperti lokasi yang strategis, pakaian branded dengan harga terjangkau, kualitas bahan yang digunakan dalam melakukan usaha terjamin keunggulannya.

Dari fenomena diatas, dalam lingkup 4P yang merupakan pokok utama dalam dunia bisnis, Palembang Thrift Shop memiliki semua faktor yang termasuk dalam 4P tersebut. 4P ialah *product, place, promotion, price*.

Dalam faktor 4P tersebut, dapat ditinjau dengan adanya analisa berdasarkan SWOT (*Strength, Weakness, Opportuniy, dan Threat*).

Berdasarkan dari *Strenght* (Kekuatan), dari hasil wawancara penulis bersama narasumber yaitu pemilik Thrift Shop, bahwa Thrift Shop memiliki berbagai kekuatan yaitu mereka memberikan jaminan berupa pengembalian uang jika baju yang dipesan tidak sesuai seperti ketepatan waktu dalam *pre-order* lalu mereka menjamin kualitas baju brand yang mereka jual bukan baju tiruan, harga yang mereka berikan juga dapat bersaing.

Untuk *Weakness* (Kekurangan), Thrift Shop mengakui bahwa kekurangan mereka adalah masih sering kekurangan agen baju terpercaya akibatnya dalam membeli satu bal baju bisa saja tidak ada yang layak pakai lagi sehingga bisa mengalami kerugian yang cukup besar.

*Opportunity* (Peluang), peluang yang dimiliki Thrift Shop adalah memiliki peluang yang baik, dengan adanya fakta yang sudah nyata. Berkembangnya usaha Thrift Shop sendiri, serta pemilik sudah merencanakan untuk membuat cabang Thrift Shop yang baru.

Sedangkan *Threat* (Ancaman), dalam dunia bisnis tidak mungkin bahwa ancaman tidak dimiliki oleh pelaku bisnis. Pada Thrift Shop juga terdapat ancaman, seperti adanya pesaing baru antara pelaku bisnis dalam satu daerah yang sama.

Bedasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian

dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT TERHADAP USAHA JASA THRIFT SHOP DIKOTA PALEMBANG (STUDY KASUS PTS TALANG KERANGGA)”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Setiap menjalankan kegiatan, perusahaan tidak luput dari berbagai macam permasalahan yang dihadapinya. Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahnya adalah “Bagaimana penerapan strategi pemasaran Thrift Shop dengan menggunakan analisis SWOT?”

## **1.3. Ruang Lingkup Pembahasan**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, supaya penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pembahasan pada: Analisis SWOT pada Thrift Shop.

## **1.4. Tujuan Dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1. Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Thrift Shop menggunakan analisis SWOT.

### **1.4.2. Manfaat Penulisan**

#### **a. Aspek Teoritis**

Laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk memperluas wawasan penulis khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan analisis SWOT.

#### **b. Aspek Praktis**

Laporan ini dapat dijadikan bahan masukan atau saran bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang berguna tentang

strategi pemasaran Usaha Thrift Shop.

## **1.5. Metode Penelitian**

### **1.5.1 Jenis Dan Sumber Data**

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam cara yaitu data primer maupun data sekunder. Menurut Sekaran dan Bougie (2017:130) jenis dan sumber analisis data ada dua, antara lain:

#### **a. Data Primer**

Data Primer (*primary data*) mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel berkaitan untuk tujuan tertentu dari studi.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder (*secondary data*) mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber literatur yang sudah ada, seperti buku, jurnal atau skripsi.

## **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data terpenting dari sebuah penelitian yaitu pengumpulan data, pengumpulan data diperoleh dari proses pengadaan data karena itu akan mustahil peneliti dapat menghasilkan temuan apabila tidak memperoleh data. Teknik pengumpulan data. Menurut Riduwan (Tanujaya,2017:93), Proses pengumpulan data penulisan Laporan Akhir pada Thrift Shop ini adalah dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:

### **1.6.1. Riset Lapangan**

#### **a. Wawancara**

Wawancara dilakukan untuk mengetahui atau melengkapi data guna memperoleh data yang akurat dan sumber data yang

tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 1 orang informan. Pada penelitian ini pihak tersebut adalah pemilik Thrift Shop.

b. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan mendokumentasi data yang diperlukan guna menunjang keberhasilan penelitian ini. Penulis mengamati langsung keadaan yang ada dan terjadi pada usaha Thrift Shop ini.

c. Dokumentasi

Hasil penelitian juga semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan sebagai bentuk bukti proses penjualan mereka.

## 1.7. Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan analisa data kuantitatif dan kualitatif.

### 1.7.1. Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018:9) metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. Dalam hal ini penulis memilih metode kualitatif dengan wawancara dan observasi pada tempat penelitian secara langsung.

### 1.7.2. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif dapat

diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.