

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, usaha di bidang fashion di Indonesia semakin berkembang pesat dikarenakan sandang sebagai salah satu kebutuhan primer manusia, selain pangan dan papan merupakan kebutuhan yang pada dasarnya bersifat sosiologis. Pada dasarnya busana merupakan kebutuhan biologis manusia, yakni fungsi proteksi cuaca, melindungi dari panas dan dingin, dari serangan binatang yang pada intinya merupakan bentuk adaptasi terhadap lingkungan.

Dalam peradaban manusia busana tidak lagi sekedar berfungsi secara biologis tetapi juga memiliki fungsi sosial budaya yaitu lebih pada identitas diri maupun kultur seperti etnis, religi, komunitas, selanjutnya adalah fungsi keindahan, dan gaya hidup. Hal tersebut berkaitan dengan adanya budaya konsumen yang memiliki pemaknaan terhadap sesuatu, atau dengan kata lain sesuatu sebagai simbol bagi mereka.

Selama ini pasar fashion di Indonesia lebih dikuasai industri kapitalis yang menawarkan produk yang baik dan berkelas tentunya hal tersebut merupakan syarat bagi busana yang memiliki fungsi estetika sebagai simbol gaya hidup, merk-merk seperti Greenlight, Three Second, Famo dan lain sebagainya. Busana atau pakaian semakin tidak terjangkau harganya, padahal bagi anak muda khususnya remaja kebutuhan akan

berbusana dengan layak bisa dibilang penting. Peluang ini kemudian ditangkap oleh beberapa pelaku usaha dengan mendirikan kios-kios busana yang diperuntukkan bagi kaum muda salah satunya para pengusaha wirausaha dengan mendirikan usaha Distro.

Sekarang ini Distro sudah ada banyak di manapun di belahan bumi yang menjual produknya secara langsung maupun secara online. Kaos adalah barang luncuran Distro yang paling digandrungi dan banyak dicari oleh para remaja pada umumnya. Walaupun, tidak jarang juga anak-anak kecil atau orang dewasa yang sering mencari kaos mereka di distro. Kaos dari distro bukan saja tidak pasaran tetapi biasanya memiliki desain-desain yang unik dan menarik. Dan karena inilah banyak orang kemudian memilih kaos distro dibandingkan di toko-toko pakaian umum. Karena jumlah yang dijual terbatas, maka keuntungan jika kita memakai barang-barang distro adalah tidak banyak orang yang memakai barang yang sama seperti yang kita pakai alias bukan barang pasaran.

Distro adalah suatu tempat yang biasanya menjual pakaian, sepatu, celana, dan aksesoris yang biasanya mengikuti perkembangan dan kebanyakan konsumennya adalah anak-anak muda. Suatu usaha itu didirikan tentu dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu, yang pada umumnya adalah mencari keuntungan. Terkadang dalam prakteknya yakni dalam menjalankan usaha tentu akan menemui suatu kendala, hambatan-hambatan dan resiko yang mungkin timbul setelah usaha berjalan.

Dalam menjalankan suatu usaha tentunya diperlukan perencanaan pemasaran yang tepat agar usaha yang dirintisnya dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai salah satunya dengan menerapkan *Marketing Mix*/Bauran pemasaran yang sudah pernah diterapkan oleh para pengusaha-pengusaha di berbagai belahan dunia. Bauran pemasaran merupakan alat-alat yang digunakan untuk mencapai sasaran atau tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi. Ada beberapa alat bauran pemasaran dalam memberikan jalan agar perusahaan bisa menerapkan perencanaan pemasaran di dalam usahanya.

Bauran pemasaran terdiri dari empat indikator, yaitu Produk, Harga, Tempat, dan Promosi yang saling berhubungan di mana masing-masing elemen di dalamnya saling mempengaruhi. Kegiatan-kegiatan ini perlu dikombinasikan secara efektif dan efisien sehingga perusahaan tidak hanya memilih kombinasi yang baik saja, tetapi juga harus mengkoordinasikan berbagai macam elemen dari beberapa bauran pemasaran tersebut untuk melaksanakan program pemasaran. Apabila bauran pemasaran tidak dikombinasikan dengan baik otomatis usaha yang dijalankan tidak akan berjalan dengan efektif karena indikator dari bauran pemasaran itu harus saling berjalan/diterapkan pada suatu usaha sesuai dengan keinginan sehingga menghasilkan output yang baik untuk perusahaan.

Di Kabupaten Sumenep sendiri usaha di bidang fashion sudah banyak dirintis oleh para pengusaha, pengusaha tersebut datangnya dari

berbagai daerah baik lokal maupun non lokal. Dengan berdirinya banyak usaha di Kabupaten Sumenep terutama di bidang fashion maka ini akan memudahkan para konsumen dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup terutama di kalangan remaja di Kabupaten Sumenep. Dengan semakin berkembang dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat di Kabupaten Sumenep terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan fashion, maka banyak para wirausaha yang berinisiatif untuk membuka suatu usaha distro yang *up to date* dan mengerti akan kebutuhan masyarakat. Banyak usaha Distro yang sudah berdiri di Kabupaten Sumenep salah satu contoh yaitu Terrow Distro yang berdiri di Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

Terrow Distro merupakan usaha yang bergerak di bidang fashion yang dirintis oleh pendatang baru dari Padang yang bernama Aidir Syahputra. Aidir Syahputra memiliki hobi dan kegemaran di bidang fashion, karna sudah mempunyai berbagai pengalaman di bidang fashion, Bang Aidir mencetuskan membuka Store distro yang diberi nama Terrow Distro yang berlokasi di Jl. Dr. Sucipto Desa Kolor Kecamatan Kota Kabupaten Sumenep.

Terrow Distro didirikan untuk memelopori kecintaan kalangan remaja masyarakat di Kabupaten Sumenep. Terrow Distro menjual berbagai macam baju kaos, Celana, Jaket, Kemeja dan Aksesoris yang sesuai dengan gaya hidup kalangan remaja di kabupaten Sumenep.

Banyak Distro-distro lain yang bergerak di bidang fashion yang sama seperti Store 3second, H2D, Clothing store, dan lain sebagainya. Dengan banyaknya para pengusaha di Kabupaten Sumenep yang bergerak di bidang fashion maka Store Terrow Distro akan mengalami banyak persaingan. Dengan banyaknya para pesaing maka pihak Terrow Distro harus memperhatikan hal ini dengan mempersiapkan/merencanakan sesuatu salah satunya dengan memperhatikan perencanaan dari segi bauran pemasaran agar dapat bersaing dengan pengusaha busana fashion Distro lain yang ada di Kabupaten Sumenep. Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik.

Namun, meskipun banyak pesaing-pesaing distro di kabupaten sumenep, store Terrow Distro selalu ramai dikunjungi padahal masih banyak distro-distro lainnya yang menjual produk sejenis dengan produk Terrow Distro. Terrow Distro mengalami perkembangan yang sangat pesat dan tidak pernah sepi dengan konsumen yang ingin membeli produk yang dijual di Terrow Distro padahal masih banyak distro-distro lainnya yang lebih lama membuka usaha Distro dari pada Terrow Distro. Konsumen Terrow Distro berasal dari kalangan remaja sampai kalangan orang tua. Sehingga konsumen Terrow Distro makin hari semakin bertambah.

Berdasarkan uraian pembahasan di atas timbul inisiatif yang mendorong penulis untuk mengangkat judul : “Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Terrow Distro di Kabupaten Sumenep“.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian yaitu :

- 1.2.1. Bagaimana penerapan Bauran pemasaran Terrow Distro di Kabupaten Sumenep ?
- 1.2.2. Bagaimana Daya Saing Terrow Distro di Kabupaten Sumenep ?
- 1.2.3. Bagaimana penerapan Bauran pemasaran dalam meningkatkan daya saing Terrow Distro di Kabupaten Sumenep ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di ketahui tujuan penelitian ini adalah :

- 1.3.1. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran Terrow Distro di Kabupaten Sumenep.
- 1.3.2. Untuk mengetahui daya saing Terrow Distro di Kabupaten Sumenep.
- 1.3.3. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan daya saing Terrow Distro di Kabupaten Sumenep.

1.4. Manfaat Penelitian

Ada 2 manfaat dalam sebuah penelitian yaitu manfaat Teoritis dan Praktis. Adapun manfaat Teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat

menambah wawasan dan mengembangkan berbagai ilmu ekonomi sekaligus sebagai bahan referensi bagi kepustakaan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak baik pihak penulis maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian. Sedangkan manfaat Praktis yaitu sebagai berikut :

1.4.1. Bagi Objek

Manfaat yang diperoleh perusahaan, dengan adanya ide-ide kreatif para peneliti yang meneliti Terrow Distro ini membantu memberikan saran tambahan apabila masih ada kekurangan di dalam bauran pemasaran yang diterapkan, lebih ada pandangan lagi untuk sukses dan dapat melakukan perencanaan-perencanaan pemasaran sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

1.4.2. Bagi Peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti tentang Penerapan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Terrow Distro ini, agar bisa menambah pengalaman dan ilmu pemasaran yang baik dan kompetitif, memberikan solusi dan mengumpulkan serta memberikan pelajaran dan pengalaman berharga tentang dunia usaha serta dalam tehnik pemasaran dengan baik dan benar.

1.4.3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penentuan kebijakan dalam mengembangkan Kurikulum Manajemen Pemasaran dalam program studi Manajemen, serta

menambah referensi pembacanya di perpustakaan Universitas Wiraraja.

1.5. Fokus Penelitian

Di dalam pembahasan ini peneliti hanya membahas mengenai Penerapan Bauran pemasaran dalam meningkatkan daya saing Terrow Distro. Peneliti menganalisis usaha fashion di Terrow Distro mengenai penerapan bauran pemasaran yang digunakan Store Terrow Distro dalam meningkatkan daya saing di Kabupaten Sumenep sehingga peneliti dapat mengetahui bauran pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing yang ada pada usaha tersebut dengan mengumpulkan beberapa data serta memberi solusi terbaru apabila masih ada kekurangan di Terrow Distro demi tercapainya tujuan dari usaha.

