

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) ditengah arus globalisasi serta tingginya persaingan membuat UMKM harus bisa meghadapi tantangan dunia, pada era globalisasi tentunya perubahan semakin pesat. Pesaingan usaha yang ketat dapat memicu peningkatan berbagai usaha yang dijalani. Bersaing serta berhasil dalam lingkungan dunia yang bergerak maju berarti sumber-asal daya yang dimiliki haruslah selalu siap buat menanggapi perubahan dengan cepat. Dalam era sekarang banyaknya wirausahawan yang mencoba berwirausaha meniru satu usaha yang bisa dikembangkan ialah minat berwirausaha Belajar berwirausaha sejak dini tidakakan terdapat ruginya, bukan hanya keterampilan membuat barang dan jasa tetapi juga memasarkan produk dan keterampilan menghadapi orang luar. seperti menaikkan penemuan produk dan jasa, pengembangan asal daya insan serta teknologi informasi, dan ekspansi area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing menggunakan produk-produk asing yang kian membanjiri pusat industri serta manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap energi kerja terbesar pada Indonesia Sudaryanto dalam Kristina Sedyastuti (2018: 117) Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintah buat membentuk struktur ekonomi dengan mempertimbangkan eksistensi UMKM. Sektor ini telah terbukti

menyampaikan lapangan kerja dan memberikan kesempatan bagi UMKM buat berkembang pada masyarakat. eksistensi UMKM tidak bisa diragukan sebab terbukti bisa bertahan serta menjadi penggerak ekonomi, terutama setelah krisis ekonomi.

UMKM sablon kaos yang berada dikecamatan Sukodadi ini merupakan usaha atau jasa pembuatan sablon atau percetakan kaos yang banyak di minati masyarakat terutama kalangan anak muda, biasanya pemuda saat ini membeli atau memesan sablon kaos pada usaha sablon tujuan untuk dibuat diri sendiri, kelompok organisasi tertentu dan juga *club* atau lain sebagainya. Banyaknya UMKM (usaha mikro kecil Menengah) terutama usaha percetakan sablon kaos, adapun kendala atau kekurangan dan kelebihan yang dihadapi sablon kaos *cloth.bandung* berikut ini penjelasan tentang kekurangan atau kelebihan usaha sablon, Kendala salah satunya memiliki banyak pesaing saat ini, karena banyaknya usaha sablon saat ini maka pesaing-pesaing inilah yang menjadi kendala bagi sablon *cloth.bandung* ini. Setelah mengetahui kekurangannya sekarang kelebihan tentunya mengetahui kelebihan berarti mengetahui apa yang menjadi nilai tambah dari bisnis yang akan kamu bangun. Kelebihan pada sablon *cloth.bandung* ini kualitas percetakan yang baik ini akan menjadi kekutan bagi sablon *cloth.bandung* untuk mempertahankan bisnisnya dan juga kecepatan dalam menyelesaikan pekerjaan supaya konsumen menjadi puas, harga yang sesuai degan kualitas juga bisa membuat usaha sablon ini menjadi usaha yang lancer dan juga modal yang dibutuhkan sangat terjangkau tidak seperti jenis sablon digital, sablon manual tidak membutuhkan banyak alat yang mahal, sehingga bagi kamu yang berminat membuka bisnis ini tidak

membutuhkan modal yang terlalu besar, itulah mengapa salah satu kelebihan dalam usaha sablon *cloth.bandung* ini. Demikian tadi penjelasan lengkap mengenai apa saja kelebihan dan kekurangan dari sablon *cloth.bandung*. yang menjadi topik permasalahan dalam penelitian adalah strategi penjualannya, denagan berdirinya usaha ini hampir 6-7 tahun tetapi masih belum memberikan target yang diinginkan. Di karnakan strategi penjualannya masih belum memenuhi targat yang diinginkan

Sekian banyak pemuda ataupun masyarakat yang mungkin sebagai konsumen sablon kaos pemilik usaha sablon terutama sablon *cloth.bandung* mungkin akan memberikan strategi apapun untuk mendapatkan konsumen supaya dapat meningkatkan penjualan. Tingkat Penjualan Menurut Manap dalam Winny Ricky dkk, (2019: 36) adalah menekankan kegiatan pada produk, perusahaan mula-mula membuat produk kemudian berusaha menjualnya, berorientasi bagaimana tercapainya volume penjualan sebesar-besarnya, dan rencananya biasanya berjangka pendek.

Tabel 1.1 Data Penjualan Percetakan Sablon Kaos

No	Bulan	Jumlah jual Kaos Sablon
1.	Juni 2022	225 Sablon Kaos
2.	Juli 2022	256 Sablon Kaos
3.	Agustus 2022	327 Sablon Kaos
4.	September 2022	330 Sablon Kaos
5	Oktober 2022	355 Sablon Kaos

Sumber: Sablon_*Cloth*.Bandung

Dari data penjualan pada usaha percetakan sablon kaos yang berada di Kecamatan Sukodadi ini dapat kita ketahui bahwa peningkatan penjualan dibulan Juni sampai dengan oktober. Peningkatan penjualan membuktikan bahwa pelanggan semakin banyak dan juga pelanggan kembali untuk membeli produk percetakan sablon.

Ada beberapa factor yang mempengaruhi tingkat penjualannya di antara lain factor strategi penjualan di mana perusahaan sablon kaos ini menggunakan banyak sekali strategi penjualan terutama di media sosial, di masa modern saat ini banyak sekali aplikasi *online shop* atau media lainnya yang bisa dimanfaatkan untuk memberbesar bisnis tingkat penjuanya, salah satunya online shop yang paling di kenal sekarang adalah Shopee dan Lazada di karnakan banyaknya pengguna Shope dan Lazada mulai dari kalangan remaja sampai dewasa itu semua menggunakan sebagai alat membeli atau menjual barang degan adanya *online shop* ini semua akan mudan dan cepat, maka dari itu strategi penjualan yang baik akan berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan.

Factor yang kedua yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu daya saing jadi daya saing dari segi bersaing banyak sekali usaha sablon pada masa modern saat ini terutama perusahaan sablon *cloth*,bandung ini akan berlomba lomba bagaimana caranya biar tidak kalah saing dan dapat meningkatkan penjualnya setiap tahunya, salah satunya dengan bersaing tentang kualitas percetakan kaos yang baik, harga yang terjangkau dan juga kecepatan dalam mengerjakan supaya dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan penjualanya. tetapi hal buruk ternyata sangat biasa terjadi pada penyablon,

terutama tukang sablon pemula. Sebab biasanya mereka hanya menyampurkannya pigmen warna dan juga riber tanpa penguat tambahan, atau juga bisa terjadi karena sablon yang telah jadi belum kering secara sempurna namun setelah itu kaos tersebut sudah dicuci menggunakan mesin cuci, hal itu membuat sablon mudah luntur. Untuk itu daya saing ini akan berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan.

Faktor yang ketiga yang mempengaruhi tingkat penjualan yaitu pada promosi. Jadi promosi pada sablon *cloth*.bandung ini sangatlah berpengaruh terhadap tingkat penjualannya, salah satunya promosi yang dilakukan perusahaan sablon *cloth*.bandung ini dengan memberikan diskon, merupakan promosi yang biasanya dilakukan untuk menjaga relasi bisnis tetap terhubung dengan baik, bisa juga bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, diskon pun bisa menarik calon konsumen baru. Maka dari itu promosi ini akan berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan pada sablon kaos *cloth*.bandung ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti yang mencoba membuat penelitian tentang UMKM percetakan sablon kaos yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PENJUALAN, DAYA SAING DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN (STUDI KASUS UMKM SABLON_CLOTH. BANDUNG DI DESA KADUNG REMBUNG KEC. SUKODADI KAB. LAMONGAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*.Bandung Di Desa Kedung Rembung?
2. Apakah Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*.Bandung Di Desa Kedung Rembung?
3. Dari beberapa variabel Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Manakah Yang Paling Dominan Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*.Bandung Di Desa Kedung Rembung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*_Bandung Di Desa Kedung Rembung.
2. Untuk mengetahui Apakah Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*_Bandung Di Desa Kedung Rembung.
3. Untuk mengetahui di antara beberapa variabel Strategi Penjualan, Daya Saing dan Promosi Manakah Yang Paling Dominan Terhadap Tingkat Penjualan Produk Percetakan Pada Sablon *Cloth*_Bandung Di Desa Kedung Rembung.

1.4 Kegunaan penelitian

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini, penulis bisa menerapkan berbagai ilmu yang telah didapat selama dibangku kuliah dan menambah pengetahuan serta wawasan tentang masalah yang terjadi secara kenyataan di dunia wirausaha serta dapat memahami strategi penjualan, daya saing dan promosi terhadap tingkat penjualan pada produk sablon *Cloth*.Bandung Di Desa Kedung Rembung

2. Bagi pemilik sablon Cloth_Bandung

Penelitian ini di harapkan akan bermanfaat dan jadi bahan masukan ataupun pertimbangan yang berkaitan dengan strategi penjualan, daya saing dan promosi. semoga dapat memberikan manfaat pada waktu masa yang akan datang.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan pertimbangan yang nantinya diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan pembaca juga sangat di harapkan dapat memanfaatkan sebagai bahan refrensi dalam menyusun tugas akhir ataupun melakukan penelitian yang berhubungan dengan strategi penjualan, daya saing dan promosi terhadap tingkat penjualan.

4. Bagi Universitas Islam Lamongan (unisla)

Semoga bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Islam Lamongan dan juga Dapat mengembangkan materi pelajaran yang berhubungan dengan strategi penjualan, daya saing dan promosi dan juga suatu saat berguna sebagai bahan refrensi atau acuan bagi peneliti yang mau mengadakan penelitian yang sama.