

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia yang berjumlah sekitar 64.200.000 berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 8.575,89 triliun rupiah (Lukman *et al.*, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempekerjakan sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Dibandingkan dengan negara-negara dengan populasi yang lebih besar seperti India, China, dan Amerika Serikat, jumlah usahawan di Indonesia masih rendah. Tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini tidak sebanding dengan peningkatan penduduk yang terus meningkat setiap tahun. Hal ini mendorong masyarakat Indonesia untuk bersaing secara kreatif dan inovatif untuk mengubah mentalitas lama, yaitu dari pekerja menjadi pelaku. Munculnya kegiatan wirausaha, juga dikenal sebagai usaha kecil menengah (UKM), menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan keuntungan bagi orang lain dan dirinya sendiri (Nugraha & Wibasuri, 2023). UMKM di Kota Malang berkembang, termasuk di sektor jasa perawatan sepatu. Salah satu bisnis yang menonjol adalah *Inspirasinee Shoes and Care*, yang menawarkan layanan perawatan khusus untuk berbagai jenis sepatu, seperti sneakers, kulit, dan suede. Dengan gaya hidup modern yang semakin memperhatikan penampilan dan kualitas barang pribadi, permintaan akan layanan cuci dan perawatan sepatu terus meningkat. Konsumen yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa dan pekerja kantoran memerlukan layanan yang cepat dan efisien untuk menjaga kondisi sepatu mereka tanpa perlu melakukannya sendiri. Sebagai bagian dari tren perawatan barang-barang pribadi yang berkelanjutan, bisnis ini menjadi bagian penting dari gaya hidup perkotaan di Malang (Nurendah & Rainanto, 2019).

Meskipun *Inspirasinee Shoes and Care* memiliki keunggulan dalam hal kualitas layanan dan berbagai pilihan perawatan sepatu, bisnis ini menghadapi beberapa tantangan penting. Pertama, persaingan yang semakin ketat dengan

banyaknya pesaing baru membuat pangsa pasar terpecah, sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan layanan serupa yang mungkin menawarkan harga lebih murah. Kedua, kurangnya strategi pemasaran yang tepat menyebabkan *Inspirasinee Shoes and Care* kesulitan menarik lebih banyak pelanggan baru, terutama di pasar digital yang semakin populer. Selain itu, operasional yang masih tradisional dan belum sepenuhnya menggunakan teknologi juga menjadi kendala dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Karena itu, *Inspirasinee Shoes and Care* perlu menganalisis dengan baik faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis mereka untuk merancang strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar. Selain persaingan, perubahan preferensi konsumen yang semakin beralih ke layanan online juga menjadi tantangan besar. Banyak konsumen sekarang lebih memilih layanan yang bisa diakses dengan mudah melalui platform digital, baik untuk memesan maupun melihat portofolio layanan. Jika *Inspirasinee Shoes and Care* tidak segera beradaptasi dengan tren ini, mereka bisa kehilangan pelanggan yang penting. Tantangan lainnya adalah menjaga kualitas layanan di tengah meningkatnya permintaan, terutama dengan keterbatasan tenaga kerja dan fasilitas. Semua masalah ini perlu dievaluasi secara menyeluruh agar bisnis bisa terus bertahan dan berkembang di pasar yang terus berubah (Marlena *et al.*, 2018)

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, *Inspirasinee Shoes and Care* memerlukan strategi pemasaran yang kuat, berbasis pada analisis mendalam tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT akan membantu dalam mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki bisnis, seperti kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, serta kelemahan, seperti keterbatasan modal dan kurangnya pemanfaatan teknologi. Selain itu, analisis ini juga dapat mengidentifikasi peluang eksternal, seperti tren peningkatan permintaan jasa cuci sepatu di kalangan urban, dan ancaman, seperti persaingan dari pelaku usaha baru dan perubahan preferensi konsumen ke layanan berbasis

digital (Titisari *et al.*, 2021). Untuk menentukan prioritas strategi yang paling relevan, analisis SWOT perlu diintegrasikan dengan metode ANP (*Analytic Network Process*). Metode ANP memungkinkan penilaian lebih mendalam terhadap hubungan antara faktor-faktor SWOT dan memberikan bobot pada setiap faktor berdasarkan pengaruhnya terhadap keberhasilan bisnis. Dengan ANP, *Inspirasinee Shoes and Care* dapat merumuskan strategi yang memiliki prioritas tertinggi, seperti memperkuat promosi melalui media sosial dan digital, meningkatkan kualitas layanan dengan teknologi modern, serta memperluas jaringan distribusi layanan dengan cara membuka cabang baru di lokasi strategis. Penerapan kombinasi SWOT dan ANP ini diharapkan mampu memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi tantangan bisnis, meningkatkan daya saing, serta memperluas pangsa pasar di Kota Malang dan sekitarnya. Selain itu, strategi ini juga membantu dalam menjaga keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang dengan fokus pada inovasi dan efisiensi operasional (Awal *et al.*, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan pada penelitian ini antara lain:

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman bagi toko cuci Sepatu “*Inspirasinee Shoes and Care*” di Kota Malang?
2. Strategi pemasaran apa yang paling tepat diterapkan untuk toko cuci sepatu “*Inspirasinee Shoes and Care*” di Kota Malang berdasarkan metode SWOT dan ANP ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran *Inspirasinee Shoes and Care* melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*SWOT analysis*) yang dihadapi oleh toko cuci sepatu tersebut di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis perencanaan strategi pemasaran yang paling relevan dan efektif dengan menggunakan matriks SWOT dan metode *Analytic*

Network Process (ANP) untuk meningkatkan daya saing Inspirasinee Shoes and Care di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan insight dan menjadi bahan evaluasi serta masukan kepada perusahaan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis, terutama mengenai strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan ANP, Sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya, yang sama dengan penelitian ini.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Fokus penelitian terbatas pada strategi pemasaran yang dianalisis menggunakan metode SWOT dan ANP, sehingga aspek-aspek bisnis lain, seperti keuangan tidak dibahas secara mendalam.
2. Penelitian ini juga dibatasi pada pengaruh faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja toko cuci sepatu “Inspirasinee Shoes and Care” berdasarkan kondisi pasar dan persaingan di Kota Malang.