

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri pakaian adalah industri yang dalam proses produksinya mengubah bahan mentah menjadi pakaian jadi. Industri ini termasuk ke dalam Industri Tekstil dan Produk Tekstil atau biasa disebut dengan TPT. Di Indonesia, industri pakaian jadi sendiri mulai berkembang pada tahun 1970-an saat produsen industri tekstil dalam negeri sudah mampu menyediakan bahan baku tekstil untuk diolah menjadi pakaian jadi. Industri pakaian jadi menjadi industri vital karena memberikan kontribusi ekonomi yang besar baik itu dari penyerapan tenaga kerja maupun dari pengaruh nilai tambah yang dihasilkan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat dengan UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha dengan skala yang kecil. UMKM merupakan salah satu sumber mata pencaharian masyarakat yang direncanakan dan didukung oleh pihak pemerintahan maupun swasta. UMKM memiliki potensi besar dalam memberikan sumbangan ekonomi bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat yang hidupnya bergantung pada UMKM. Selain itu, UMKM juga memiliki dampak yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi negara.

Dirtylife Apparel adalah suatu bentuk UMKM berbasis *brand clothing* yang bergerak di bidang *clothing apparel* untuk pakaian sehari-hari. Usaha ini didirikan mulai pada tahun 2016 oleh dua pelajar sekolah menengah atas di Kota Yogyakarta. Hasil produksi dari Dirtylife Apparel menawarkan desain produk ditargetkan untuk pasar kaum muda. Dalam proses bisnis nya, secara garis besar terdapat beberapa rangkaian proses yang terjadi seperti proses persiapan bahan baku, proses desain, proses produksi, proses pengemasan, dan proses pengiriman produk.

Proses pemasaran dari produk dari Dirtylife Apparel sendiri adalah dengan menggunakan media *offline* maupun *online*. Salah satu media online yang digunakan adalah Instagram. Media ini dipilih karena dapat dengan mudah menjangkau pasar dari produk mereka yang ditujukan untuk kaum muda sehingga memudahkan proses pemasaran, penjualan, hingga pendistribusian produk dari Dirtylife Apparel.

1.2. Pemetaan dan Penelusuran Masalah

Dalam melakukan langkah pemetaan dan penelusuran masalah yang ada pada usaha Dirtylife Apparel, dilakukan proses wawancara dengan stakeholder yang berpengaruh dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan Saudara Christo selaku salah satu pemilik usaha.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pemilik usaha mengatakan bahwa terjadi penurunan penjualan terhadap produk yang dipasarkan oleh Dirtylife Apparel. Salah satu penyebab dari adanya penurunan penjualan produk adalah dikarenakan berkurangnya minat beli dari konsumen pada produk, hal ini terjadi karena produk yang dihasilkan dirasa kurang memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Selain itu, seiring dengan bertambahnya *brand clothing* lain memberikan dampak negatif bagi Dirtylife Apparel. Dengan adanya banyak pesaing pada bidang *clothing* maka terjadi persaingan yang ketat antar *brand* untuk berlomba-lomba memperkenalkan brand mereka kepada calon-calon konsumen potensial.



Gambar 1.1. Kemasan Produk Saat Ini

Perubahan desain dari kemasan produk yang dipasarkan oleh Dirtylife Apparel dan penentuan strategi kompetitif bagi perusahaan dalam melakukan penjualan dan pemasaran produknya dapat menjadi solusi untuk permasalahan yang muncul. Dengan adanya perubahan desain kemasan dengan menggunakan

metode-metode yang sesuai, maka dapat dihasilkan desain kemasan yang dapat memenuhi spesifikasi teknis yang sesuai. Dengan terpenuhinya spesifikasi teknis, maka dapat tercipta kemasan produk yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk. Selain itu, dengan menentukan strategi yang tepat dan sesuai maka perusahaan dapat melakukan proses penjualan dan pemasaran dengan tepat.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan yang ada adalah berkaitan dengan perancangan ulang kemasan produk dan penentuan strategi kompetitif perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan oleh Dirtylife Apparel.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah melakukan perbaikan kemasan produk dan penentuan strategi kompetitif bagi Dirtylife Apparel.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah antara lain:

- a. Penelitian dilakukan pada produk yang dipasarkan oleh Dirtylife Apparel yang berlokasi di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Perancangan kemasan produk pakaian dilakukan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)* dan penentuan strategi kompetitif dilakukan dengan menggunakan metode *SWOT Analysis*.
- c. Penelitian dilakukan pada periode waktu 2021 dan selesai pada 2024.