

BAB I

PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan bisnis di Indonesia pada saat ini sudah semakin ketat akan persaingan. Kondisi ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya teknologi. Setiap perusahaan mengharapkan supaya hasil penjualan dapat meningkat agar memperoleh laba yang cukup besar. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, tentu akan mengalami pengurangan jumlah penjualan.

Salah satu bisnis yang saat ini semakin ketat akan persaingan terdapat pada bidang fashion yaitu fashion muslim. Fashion muslim untuk saat ini tidak hanya berperan dalam pengamalan ajaran agama, melainkan untuk mempercantik diri, dengan menggunakan fashion muslim yang sesuai syariat Islam tetapi tetap mengikuti trend sesuai generasi. Popularitas hijab dan fashion muslim di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan.

Emka Hijab merupakan salah satu brand fashion muslim yang ada di Kebumen yang sudah dikenal oleh masyarakat yang sudah berdiri sejak 2020. Selama berdiri, Emka Hijab selalu mengalami kenaikan dan juga penurunan dalam penjualan. Hal tersebut, dapat dilihat pada data volume penjualan Emka Hijab selama Agustus - Desember 2023 sebagai berikut :

Tabel I.1 Volume Penjualan Emka Hijab Agustus - Desember 2023

NO	BULAN	PENJUALAN
1.	AGUSTUS	Rp 374.490.821
2.	SEPTEMBER	Rp 259.088.251
3.	OKTOBER	Rp 888.444.710
4.	NOVEMBER	Rp 757.553.560
5.	DESEMBER	Rp 1.208.737.680
TOTAL		Rp 3.488.315.022

Sumber : Data Perusahaan Emka Hijab

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat terjadinya *fluktuasi* volume penjualan pada Emka Hijab selama 5 bulan terakhir pada tahun 2023. Maka dibutuhkan perencanaan dan penerapan strategi yang tepat untuk mengidentifikasi permasalahan, salah satunya dengan menganalisa lebih dalam faktor internal dan faktor eksternal dalam suatu perusahaan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu. Analisa SWOT singkatan dari empat kata yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal (Galvan, 2014).

Lingkungan dalam dunia usaha merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha, baik dari sisi internal perusahaan ataupun sisi eksternal

perusahaan. Perubahan lingkungan yang terjadi bisa menjadi penunjang dan bisa menjadi gangguan dalam kelangsungan kegiatan perusahaan.

Dafir (2022) mengatakan salah satu indikator keberhasilan usaha adalah volume penjualan yang terus meningkat. Komponen penjualan sangat penting untuk diingat setelah proses produksi selesai dan sebelum beralih ke negosiasi harga. Karena jika penjualan tidak dapat dioptimalkan untuk meningkatkan volume penjualan, sebegus apapun produknya, seberapa rendah harganya, atau aspek lainnya, itu tidak akan berfungsi dengan baik dan akurat.

Mumpuni (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Analisis SWOT membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN MENGGUNAKAN SWOT PADA UMKM EMKA HIJAB”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diambil oleh peneliti dari latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut adalah “Apakah analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada Emka Hijab ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat membantu Emka Hijab dalam meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi dalam peningkatan penjualan dan pengetahuan mengenai analisis SWOT.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan terkait strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dengan dasar hasil analisis SWOT yang dilakukan oleh peneliti.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan tema yang sama dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.