

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti sekarang, banyak berkembang bisnis usaha yang semakin meningkat di perkotaan Indonesia, seperti di Jakarta. Tidak hanya bisnis usaha bersekala besar, namun bisnis-bisnis kecil dan menengah juga mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai macam jenis bisnis usaha yang berkembang di sekitar masyarakat. Persaingan dalam meningkatkan perkembangan pun semakin ketat yang menjadikan kondisi pasar ramai.

Maka semakin ketatnya persaingan perusahaan, perusahaan memerlukan komunikasi yang baik kepada pihak eksternal dan juga internal. Bertujuan untuk menjaga hubungan yang baik kepada perusahaan demi kelancaran hidup perusahaan. Proses komunikasi yang disusun menjadi sebuah strategi yang dirancang sedemikian terencana. Strategi tersebut yang kemudian akan disesuaikan dengan rancangan yang telah dibentuk sebelumnya untuk mencapai tujuan yang juga untuk mempertahankan produk. Salah satu masalah perusahaan yang ada saat ini adalah pelarangan pemerintah menjual pakaian impor bekas.

Pelarangan pemerintah untuk menjual pakaian impor bekas sangatlah berpengaruh buruk bagi para penjual pakaian impor bekas, pemerintah melarang impor pakaian bekas melalui peraturan menteri perdagangan nomor 40 tahun 2022 tentang perubahan atas peraturan menteri perdagangan No 18/2021 tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang impor.¹ Pelarangan impor pakaian bekas oleh pemerintah ini untuk melindungi

¹ Kominfo “Pemerintah Berantas Pakaian Impor Bekas Legal”
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/48189/lindungi-industri-tekstil-lokal-pemerintah-berantas-impor-pakaian-bekas-ilegal/0/berita>

Diakses pada 21 Mei 2023 Pukul 03:20 WIB.

para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kebijakan yang menimbulkan keresahan dikalangan pedagang yang selama ini sangat bergantung dari penjualan baju bekas impor.

Bahkan sebagai bentuk keseriusan pemerintah dalam melindungi UMKM, Pemerintah tidak segan memberi sanksi kepada pengelola yang masih menjual pakaian. Presiden Joko Widodo atau Jokowi melarang bisnis baju bekas impor karena dianggap mengganggu industri tekstil dalam negeri. Hal ini merugikan para pengusaha tekstil dalam negeri dan mengaibatkan kerugian negara hingga miliaran rupiah dan menurunkan tingkat ekspor.²

Para pedagang resah kala pemerintah mempertegas regulasi larangan impor pakaian bekas. Namun, pengamat menilai langkah tepat untuk mengajak masyarakat mencintari produk dalam negeri sekaligus melindungi UMKM. Para pedagang menolak larangan pemerintah mengimpor pakaian bekas, apalagi tidak diikuti solusi untuk memperbaiki nasib mereka selanjutnya.³

Imbasnya, para penjual pakaian bekas menjadi bingung ingin mencari solusi seperti apa untuk melanjutkan kehidupan mereka. Para pedagang berharap mereka mensapatkan jalan keluar atas kebijakan pelarangan menjual pakaian impor bekas. Pedagang berharap pemerintah dapat menciptakan lapangan kerja yang lebih baik dari mereka. Sebagian para pedagang mencari solusi untuk bertahan hidup ketika pemerintah sudah melarang penjualan pakaian bekas impor, solusi yang dilakukan para pedagang seperti mencari lapangan kerja dan sebagian besar membuka usaha lain. Sementara itu pedagang yang

² Airlangga Forum, Blog. "Jokowi Larang Penjualan Baju Bekas, Pedagang dan Pembeli Meradang"

<https://pasca.unair.ac.id/jokowi-larang-penjualan-baju-bekas-pedagang-dan-pembeli-meradang/>
Diakses pada 19 juni 2023 Pukul 14:24 WIB

³ Eddy Junarsin "Pelarangan Impor Baju Bekas Harus Diikuti Peningkatan Kualitas Produk Lokal"

<https://www.ugm.ac.id/id/berita/23595-pelarangan-impor-baju-bekas-harus-diikuti-peningkatan-kualitas-produk-lokal>

Diakses Pada 24 Mei 2023 Pukul 21:50 WIB.

kontrak kiosnya masih berjalan dan masih lama mereka menghabiskan sisa baju impor bekas mereka.

Berdasarkan laporan tempat usaha diarea pasar senin terdapat total 3.245 pedagang di lokasi pasar senin. Beberapa jenis usaha yang ada di area pasar senin kios handphone (10 kios), kios tekstil/pakaian (419 kios), toko kelontong (392 kios), Warung atau restoran (64 kios). Sebagian besar yang ada diarea pasar senin mereka menjual bahan tekstil/pakaian.⁴



⁴ Antara news. Blog. "Pasar Senin masih Ramai Pembeli di Hari terakhir"
[https://www.antaraneews.com/berita/3330519/pasar-senen-masih-ramai-pembeli-di-hari-terakhir-](https://www.antaraneews.com/berita/3330519/pasar-senen-masih-ramai-pembeli-di-hari-terakhir-2022)

Berikut beberapa toko pakaian jenis tekstil yang ada di pasar senin

1.1 Tabel 1.1.1 Toko Pakaian Bekas Impor

Nama Toko	Jenis Barang Impor yang dijual sebelum pelarangan	Lokasi	Tahun berdiri	Pendapatan perbulan
DMS Store	Pakaian Pendakian Gunung	Pasar Senin	2011	15 Juta – 20 Juta
Omcol	Aksesoris jam, Sepatu dan Aksesoris lainnya	Pasar Senin	2015	10 Juta – 25 Juta
Hanum id	Jaket bulu angsa	Pasar Senin	2013	15 Juta – 20 Juta
Clubs	Toko Sepatu	Pasar Senin	2018	20 Juta – 30 Juta
Patria Outdoor	Toko Tas Branded	Pasar Senin	2016	13 Juta – 20 Juta
Uistuff	Toko jaket branded	Pasar senin	2016	10 Juta – 15 Juta
Kita Second Outdoor	Toko tas dan peralatan gunung	Pasar Senin	2018	13 Juta – 20 Juta
Kaz Second Brand	Toko Sepatu Olahraga	Pasar Senin	2018	15 Juta – 20 Juta
Texas Power Trift	Toko aneka macam jaket	Pasar senin	2015	20 Juta – 25 Juta
Evanoshoes	Aksesoris, Pakaian, dan Sepatu	Pasar Senin	2014	35 Juta – 50 Juta ⁵

Toko pakain bekas impor mempunyai keuntungan yang berbeda-beda, tergantung apa yang mereka jual dan segmentasi yang mereka tuju.

Derry Andika menjelaskan keunikan dari toko Evanosoos:

“Dari beberapa toko diatas Evanoshoes memiliki pendapatan yang paling besar sekitar 35 juta sampai 50 juta dalam sebulan, karena mereka menjual berbagai jenis pakaian

⁵ Wawancara para pedagang pakaian second. 20 Maret – 20 Juni 2023. Wawancara: Mencari data informasi dalam tiap toko untuk perkembangan data. Pasar Senin. Jakarta

impor bekas, pelarangan pemerintah dalam melakukan pelarangan pakaian impor bekas sangatlah membuat toko yang berpenghasilan cukup besar menjadi hambatan dalam mencari solusi lain.⁶

Evanoshoes mencari solusi agar mendapatkan keuntungan yang sama dan dapat memberikan pekerjaan karyawan mereka yang sebelumnya bekerja menjual baju impor bekas. Mereka mencoba membuka pabrik sepatu agar dapat memulihkan perekonomian karyawan yang sebelumnya membatu Evanoshoes.

Evanoshoes adalah Pabrik sepatu yang bergerak di bidang pembuatan. Menurut pemiliknya, Dery Andika selaku pemilik menjelaskan

“Evanoshoes adalah tempat Pembuatan aneka macam sepatu khususnya sepatu fashion. Evanoshoes ini berdiri sejak 2023 yang berlokasi di bogor, selama kurang dari satu tahun Evanoshoes ini telah menjadi daya tarik kepada orang dalam negri untuk produk sepatu *fashion* itu sendiri. Sebelum menjadi pabrik Evanoshoes adalah toko pakaian barang impor yang menjual berbagai macam pakaian seperti jaket, topi, celana dan sepatu. Toko yang sebelumnya menjual pakaian bekas impor sekarang sudah menjadi pabrik khususnya pabrik sepatu. Karena perintah melarang penjualan pakaian bekas impor yang ada di Indonesia.⁷

Keunggulan Evanoshoes sangat menarik diteliti karena perjalanan toko yang sebelumnya menjual pakaian impor bekas menjadi sebuah pabrik sepatu karena pelarangan pemerintah untuk berdagang pakaian bekas impor. Banyak pesaing baru untuk penjualan dengan caranya masing-masing. Seperti pabrik sepatu Compass, pabrik khusus sepatu yang berlokasi di bandung menjadi pesaing besar Evanoshoes. Evanoshoes membangun pabrik karena salah satu cara untuk mendapatkan penghasilan seperti menjual pakaian impor bekas. Banyak karyawan yang sebelumnya bekerja di toko Evanoshoes ditarik kembali untuk menjadi karyawan pabrik, bahkan karyawan yang sebelumnya bekerja di toko lain.⁸

⁶ Wawancara Derry Andika. 20 Maret – 20 Juni 2023. Wawancara: Mencari data informasi dalam tiap toko untuk pembeda data. Pasar Senin. Jakarta

⁷ Wawancara para pedagang pakaian second. 20 Maret – 20 Juni 2023. Wawancara: Mencari data informasi dalam tiap toko untuk perkembangan data. Pasar Senin. Jakarta

⁸ Derry AS. 23 Maret 2023. Wawancara: Sejarah Perjalanan Evanoshoes Ketika Pelarangan Pemerintah Menjual Baju Bekas Impor. Bogor, Kalibaru.

Oleh karena itu, elemen-elemen strategi promosi Evanoshoes dianggap penting dan harus diperhatikan untuk menarik pelanggan. Selanjutnya kegiatan tersebut tetap dilakukan terus menerus diiringi dengan dengan publisitas yang signifikan agar jumlah pelanggan tidak berkurang. Strategi promosi berfokus pada hubungan pertukaran dengan pelanggan. Hasil dari usaha komunikasi pemasaran adalah transaksi, karena dapat memenuhi kebutuhan peminat dan mencapai tujuan perusahaan yang terkait.

Karena itu strategi promosi yang menarik dapat menjangkau para pelanggan mutlak diperlukan. Peranan strategi promosi Evanoshoes mempertahankan pelanggan baru mereka. Dalam dekade tahun ini Evanoshoes telah membuat peromosi dalam penentuan posisi dalam suatu pasar dan saling berkompetisi untuk memaksimalkan brand value untuk membedakan dengan para pesaing lainnya.

Faktor yang membuat konsumen tertarik adalah dari sebuah strategi promosi tersebut agar pelanggan menjadi tertarik salah satu faktornya adalah terjalinnya hubungan baik antara agen pemasaran dengan pembeli, sehingga terjalin hubungan yang bisa menarik konsumen sesuai dengan target keinginan yang dicapai. Strategi promosi juga dapat menarik konsumen bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian atau transaksi produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Strategi promosi efektif mencerminkan kepuasan yang tinggi dari pelanggan ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk atau jasa.

Pada dasarnya, strategi promosi efektif merupakan dasar bagi perusahaan untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggannya. Jika perusahaan mampu untuk membina komunikasi yang efektif dengan pelanggannya, sehingga akan menghasilkan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan untuk membeli produk dari perusahaan.

Menurut Asnawi, strategi promosi dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk maju. Sebab berhasil atau tidaknya perusahaan tergantung pada profit dan juga pemasukan

yang didapatkan dari pelanggan yang melakukan transaksi. Seperti kita ketahui bersama bahwa promosi efektif hanya akan terjadi jika komunikator mampu menyampaikan pesan dengan cara yang dipahami oleh komunikan. Perusahaan dalam hal ini bertindak sebagai komunikator, maka efektifitas dalam mengkomunikasikan produk atau layanannya, sekali lagi, sangat bergantung pada seberapa jauh pengenalannya terhadap pelanggan⁹.

Untuk menambah daya tarik pelanggan, maka diperlukan strategi promosi efektif untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan menciptakan pelanggan yang besar. Perusahaan yang sukses adalah mereka yang mampu menyediakan jasa pelayanan secara pro-aktif yang akan menghasilkan peningkatan usaha dan loyal. Salah satu cara jangka panjang yang dapat dilakukan perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya adalah dengan membangun kesetiaan pelanggan.

Oleh karena itu, elemen-elemen untuk membangun kesetiaan pelanggan strategi promosi efektif Evanoshoes dianggap penting dan harus diperhatikan untuk menarik pelanggan. Selanjutnya kegiatan tersebut tetap dilakukan terus menerus diiringi dengan dengan publisitas yang signifikan agar jumlah pelanggan tidak berkurang. Strategi promosi efektif berfokus pada hubungan pertukaran dengan pelanggan. Hasil dari usaha komunikasi pemasaran adalah transaksi, karena dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan yang terkait.

Berdasarkan data diatas peneliti tertarik untuk mencari tahu tentang strategi promosi efektif yang dilakukan oleh Evanoshoes sehingga dapat bertahan dan bersaing dengan pabrik sepatu dalam negeri maupun luar negeri dalam perebutan pasar. Hal ini telah dibuktikan oleh Evanoshoes, bahwa strategi periklanan yang dilakukan berhasil dan dapat menjaga industri Evanoshoes bertahan dengan pabrik tersebut hingga saat ini.

⁹ Fadilah, Irna. 2019. Prilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. *Skripsi*, Makasar: Program Sarjana Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar.

3.1 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menetapkan fokus penelitian, yaitu:

“Strategi Promosi Pabrik Evanosoos Dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat?”

3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan peneliti adalah agar penulis mengetahui Strategi Promosi Pabrik Evanosoos Dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat”

3.3 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat praktis atau aplikatif

Penelitian ini diharapkan dapat di gunakan menjadi sumber informasi dan masukan bagi Evanoshoes dalam pengambilan keputusan terkait dalam memproduksi pesan kepada masyarakat.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui dan analisa Strategi Promosi Evanoshoes agar menjadi lebih baik dalam perusahaan dan mendapatkan wawasan yang lebih luas.

3. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampi dijadikan sebagai acuan bagi pada pedagang khususnya pakaian bekas impor yang mencari motivasi atau ide dalam beralih untuk membuka usaha.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai Latar Belakang Masalah yang menjadi landasan dan pentingnya masalah yang akan diteliti, meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan sebagai informasi untuk mencari sumber informasi yang akan mendukung penelitian seperti apa yang akan dibahas. Pada bab ini juga meliputi definisi konsep dan definisi dari kajian kepustakaan serta terdapat kerangka pemikiran sebagai acuan penelitian

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang paparan pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, keabsahan data dan lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan bagaimana gambaran umum tentang profil perusahaan yang terdiri dari logo perusahaan, sejarah, dan beberapa hal yang terkait dengan Evanosoos. Serta hubungan antar tinjauan pustaka dengan metodologi penelitian tentang “Strategi Promosi Pabrik Evanosoos Dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat”

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran bagi penulis, dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian penulis yang telah di paparkan dari pendahuluan sampai dengan akhir dimana diartikan jawaban dari pokok masalah.