

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul.**

Pada prinsipnya kebutuhan manusia dari waktu ke waktu semakin lama semakin bertambah dan berkembang dengan cepatnya, selain kebutuhan pokok, juga muncul kebutuhan – kebutuhan lainnya yang semakin bervariasi, sehingga menyebabkan kebutuhan itu semakin kompleks. Hal ini disebabkan banyak hal diantaranya meningkatkan jumlah penduduk. Salah satu kebutuhan yang melengkapi kebutuhan manusia saat ini, khususnya di kota Bandung ialah dari segi fashion baik itu dari item pakaian, celana, dan sejenisnya, oleh karena itu di manusia tidak lepas dari yang namanya kebutuhan pelengkap seperti kebutuhan fashion ini. Apalagi di kota Bandung yang terkenal dengan sebutan kota fashion maupun kulinernya yang terkenal, oleh karena itulah kebutuhan ini sangat dibutuhkan oleh semua kalangan baik dari kalangan atas maupun kalangan menengah, dari segi umur yang tua maupun muda bahkan sampai menjangkau anak kecil, sehingga kebutuhan ini menjadi salah satu pelengkap kebutuhan manusia juga oleh karena itu, penulis akan melakukan tentang penelitian kebutuhan fashion di kota Bandung.

Dengan adanya peningkatan taraf hidup, daya beli masyarakat dan kemampuan ekonomi masyarakat di kota Bandung yang semakin lama semakin bertambah dan menimbulkan daya beli masyarakat yang semakin bertambah juga, keadaan demikian yang menyebabkan terjadinya banyak persaingan antar perusahaan – perusahaan clothing di kota Bandung untuk bisa eksis dan berkembang terutama di kota Bandung itu sendiri, agar dapat mendapatkan laba atau keuntungan dari penjualan produk . maupun dari segi nama clothing itu sendiri di mata masyarakat kota Bandung ( konsumen ).

Untuk sekarang masyarakat kota Bandung terutama kalangan anak – anak mudanya yang beumur sekitar 15 tahun sampai 35 tahun, tidak menutup kemungkinan juga untuk masyarakat yang sudah dewasa, baik dari segi kelamin laki – laki dan perempuan membutuhkan pakaian dan sebagainya. Kebuthan fashion bagi anak – anak muda di kota Bandung sangatlah menjadi hal yang lumayan penting bagi kalangan nya, disnilah banyak perusahaan clothing yang bermunculan dengan berbagai nama atau brand tersendiri tetap dengan kualitas dan bahan serta desain local anak – anak Bandung, untuk dapat bersaing menjangkau konsumen agar dapat membeli produk dari perusahaan clothing – clothing itu sendiri. Oleh sebabnya salah satu usaha yang ada di kota Bandung ialah perusahaan clothing itu sendiri, melihat dari segi peluang bisnis perusahaan clothing lumayan menjanjikan asal dapat mengeluarkan produk yang berkualitas dan desain yang menarik dan mode yang ter update, sehingga dapat menarik perhatian kalangan anak muda di kota Bandung sendiri, tidak menutup juga untuk kalangan yang berdatangan dari luar kota untuk berliburan ke kota Bandung khususnya. Sehingga penulis ingin melakukan penelitian ke perusahaan Unkl347 Jl. Trunojoyo No. 04 Bandung.

Untuk memberikan sesuatu yang menarik dan mempunyai ciri khas sendiri dari perusahaan clothing harus bisa terus berkembang dan mengeluarkan produk – produk yang baik juga agar dapat di terima pada kalangan anak muda kota Bandung sendiri. Sehingga perusahaan harus melakukan sistem pemasaran yang efektif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian pada perusahaan clothing Unkl347 Jl. Trunojoyo No. 04 Bandung untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran pada perusahaan clothing Unkl347 Jl. Trunojoyo No. 04 Bandung, yang dituangkan dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul “*TINJAUAN PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PADA Unkl347 Jl. Trunojoyo No. 04 Bandung.*”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran pada perusahaan Unkl347 Bandung.
2. Apa saja kendala – kendala yang menghambat dalam pelaksanaan srategi pemasaran pada perusahaan Unkl347 Bandung.
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala – kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada perusahaan Unkl347 Bandung.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka dapat dijelaskan adapun maksud dan tujuan dilakukan penelitian ini ialah untuk memperoleh data dan informasi yang terkait dengan pelaksanaan strategi pemasaran pada perusahaan Unkl347 Bandung.

## **1.4 Kegunaan Laporan Tugas Akhir**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai pemasaran yang di lakukan pada perusahaan Unkl347 Bandung bagi semua pihak yang membutuhkannya, diantaranya :

1. Bagi perusahaan  
Diharapkan dapat memberikan sumbangan fikiran yang bermanfaat dalam menentukan strategi pemasaran pada Unkl347 Bandung.
2. Bagi pihak yang terkait  
Sebagai bahan refisi untuk menambah ilmu dan informasi mengenai strategi pemasaran sehingga akan menjadi acuan apabila melakukan penelitian berikutnya.

### 3. Bagi peneliti.

Menambah wawasan dari pengalaman dilapangan dengan membandingkan antara ilmu yang diperoleh pada masa perkuliahan dengan kenyataan yang ada di dunia usaha khususnya strategi pemasaran.

## 1.5 Metode Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak interen atau dalam perusahaan melalui wawancara dan pengamatan pada waktu penelitian.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan, yaitu dengan mempelajari teori – teori, buku – buku, dan catatan perkuliah yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Adapun metode yang digunakan untuk memperoleh dalam studi lapangan tersebut, yaitu :

1. Studi kepustakaan, penyusunan karya ilmiah yang dilandasi teori – teori yang diperoleh dari buku – buku ilmiah, majalah, surat kabar, serta buku – buku perkuliah yang ada hubungannya dengan pemasaran jasa.
2. Studi lapangan, pengumpulan data yang dilakukan dengan cara langsung mendatangi perusahaan nanonine sultan Bandung, sebagai objek yang diteliti

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi lapangan tersebut ialah :

#### 1. Observasi

Mengadakan tinjauan lansung keperusahaan yang diteliti untuk mendapatkan data – data yang dibutuhkan.

#### 2. Wawancara

Yaitu suatu pertanyaan yang diajukan kepada pihak perusahaan sesuai dengan data yang dibutuhkan.

## **1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Unkl347 Bandung yang terletak di JL. Trunojoyo No. 04 Bandung, adapun penelitian dilakukan pada bulan februari sampai dengan selesai.

