



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama Dalam Industri
Fashion Di Kota Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Bepy Fitina Putri

2013320018

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama Dalam
Industri Fashion Di Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Bepy Fitina Putri

2013320018

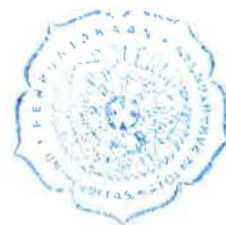
Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bepy Fitina Putri
Nomor Pokok : 2013320018
Judul : Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama Dalam Industri Fashion
Di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 12 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.SE

: 

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si.

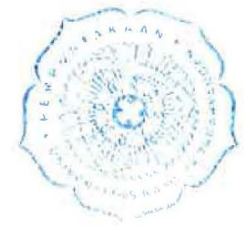
: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan



Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bepy Fitina Putri

NPM : 2013320018

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama dalam Industri Fashion di Kota Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 03 Januari 2017



ABSTRACT

Nama : Bepy Fitina Putri

NPM : 2013320018

Judul : Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama dalam Industri Fashion di Kota Bandung

Toko Koleksi Mama merupakan bisnis UMKM industri pakaian jadi di Kota Bandung yang didirikan pada tahun 2003. Lokasi bisnis berada di Pasar Baru. Pasar Baru merupakan wilayah yang strategis karena merupakan pusat berbelanja terbesar di Kota Bandung. Toko Koleksi Mama merupakan salah satu toko yang banyak dikenal di Pasar Baru karena telah memiliki cukup banyak konsumen yang setia terhadap Toko Koleksi Mama. Penelitian ini mengkaji tentang pengembangan bisnis khususnya strategi yang tepat dan efektif untuk Toko Koleksi Mama di masa yang akan datang. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi efektivitas strategi yang tepat.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara langsung dengan pemilik, observasi serta studi kepustakaan. Data dianalisis dengan menggunakan matriks eksternal faktor dan matriks internal faktor untuk mengetahui strategi yang sudah diterapkan oleh Toko Koleksi Mama. Setelah itu tahap selanjutnya adalah memasukan strategi dan mempertimbangkan strategi yang efektif untuk dipakai oleh Toko Koleksi Mama dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT dalam melakukan pengembangan bisnis Toko Koleksi Mama.

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan strategi yang telah digunakan Toko Koleksi Mama belum efektif, sehingga bisa dirumuskan strategi yang tepat dan efektif untuk Toko Koleksi Mama yaitu dengan *market development strategy* dengan mengembangkan pasar ke pasar online serta *product development strategy* dengan membuat produk yang semakin mendekati ke pemenuhan kebutuhan gaya masyarakat.

Saran yang diberikan penulis adalah Toko Koleksi Mama sebaiknya mulai menggunakan teknologi dalam proses penjualannya, disarankan untuk memasarkan produknya secara *online* dengan mengoptimalkan teknologi internet Toko Koleksi Mama dapat memperluas pangsa pasarnya, lalu penulis menyarankan agar Toko Koleksi Mama melakukan *trend forecasting* agar dapat membuat produk yang tepat sasaran. Agar bisnis nya dapat terus bertahan dan berkembang dalam persaingan yang ketat ini.

ABSTRACT

Nama : Bepy Fitina Putri

NPM : 2013320018

Judul : *Analysis Bussiness Strategy Toko Koleksi Mama in Fashion Industry in Bandung City*

Koleksi Mama Store is UMKM business fashion industry in Bandung city , established in 2003. Located on Pasar Baru, Pasar Baru is strategic location because it is a biggest shopping center in Bandung city. Toko Koleksi Mama is one of dominating store in Pasar Baru because Koleksi Mama Store has many loyal consumers. The research is examining business development especially the right and effective strategies for Koleksi Mama Store in the future. This research aim is studying evaluation and determine which business strategy development is right for Koleksi Mama Store in the future in order to widen its market share.

This method used is case study. Data are collected by conducting interview with the owner, observation and literature study the analyzed using external and internal factors matrix to figure out wghat strategy has been implemented by Koleksi Mama Store. The next step is determining which effective strategy can be used by Koleksi Mama Stiore using SWOT matrix analysis.

This research show all strategy whose has been used by Koleksi Mama Store is not effective, and we can get the right and effective strategy for Koleksi Mama Store are market development and product development. Market development is a strategy development from offline market to online market, with product development strategy it can make product closely to consumer needs.

Suggestion for Koleksi Mama Store is start from used technology for selling process, and sale his product on web. With used that online strategy it can make collect some new consumer. And then writter suggestion for Koleksi Mama Store And also another suggestion for Toko Koleksi Mama to do trend forecasting to make products that satify consumer needs,so Koleksi Mama Store can survive and improve in this market competion.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat merampungkan penulisan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama Dalam Industri Fashion Di Kota Bandung”. Penelitian ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (sarjana) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Begitu banyak ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh penulis dari berbagai pihak, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku pembimbing seminar dan skripsi yang telah bersedia untuk memberikan waktu serta arahnya yang sangat membantu dalam penulisan penelitian ini hingga selesai.
2. Ibu Fitri selaku pemilik Toko Koleksi Mama yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan izinya untuk membantu penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik , Universitas Katolik Parahyangan
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas

Katolik Parahyangan yang telah sangat membantu penulis dalam proses perkuliahan khususnya dalam menjalani aktivitas Himpunan periode 2015-2016.

5. Bapak Yoke Pribadi K,S.AB.,M.Si selaku sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis,Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan yang telah bersedia memberikan waktunya dan sangat membantu penulis dalam proses perkuliahan khususnya dalam menjalani Himpunan periode 2014-2015 dan 2015-2016.
6. Bapak Marihot Tua Effendi Hariandja,Drs.,M.Si. selaku dosen wali penulis.
7. Seluruh dosen – dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan selama studi 3,5 tahun di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Seluruh bagian administrasi khususnya Mas Andre,Mba Cucu,Mas Iwan,Mas Budi yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan di Universita Katolik Parahyangan.
9. Bapak Indra, Ibu Erina Syafitri dan Agnes Fitina Putri selaku keluarga inti penulis yang telah sangat membantu penulis dalam hal memberikan dorongan dan motivasi selama penulis studi di Universitas Katolik Parahyangan.

10. Indrana Ratna Waskita selaku sahabat penulis dari awal perkuliahan yang selalu menemani dan membantu penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Rio Priatna Putra selaku teman dekat penulis yang telah senantiasa memberikan waktunya, perhatiannya, arahnya kepada penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Teman geng mahasiswa 3,5 tahun dan Yudhit Eki Pratiwi yang selama ini sudah sering penulis repotkan dalam hal tugas maupun yang lainnya.
13. Keluarga LOGISTIK'14 yang telah memberikan pengalaman baru bagi penulis dan selalu mengisi hari-hari penulis selama studi di Universitas Katolik Parahyangan.
14. Keluarga Himpunan Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis periode 2014-2015 yang telah memberikan banyak pembelajaran baru dan sangat membantu penulis dalam meningkatkan softskill penulis hingga saat ini.
15. Keluarga Himpunan Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis periode 2015-2016, khususnya untuk Dipta, Widi, Greg, Mondi, Clariss, Tiara, Nadya, Detha, Defota, dan Vodi. Yang sangat membantu, menemani, mendorong, memotivasi penulis dalam melaksanakan amanat di HMPSIAB 15-16.
16. Keluarga PM UNPAR 2015-2016 yang telah memberi banyak pengalaman, pembelajaran, dan warna kepada kehidupan penulis di kampus selama 1 tahun bersama.

17. Seluruh teman teman Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, terima kasih atas semangat, dukungan sejak awal kuliah samapai sekarang.
18. Seluruh teman teman FISIP 2013 yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, kekompakan, dan semangat kita dari awal kuliah sampai sekarang.
19. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang belum disebutkan diatas.
20. Naning, Ica, Emil, Astri yang selalu setia meberikan masukan dan menemani penulis sampai saat ini baik di kampus maupun di luar kampus.

Penulis sangat menyadari dalam penulisan penelitian ini masih banyak kekurangan serta kelemahan dikarenakan keterbatasan ilmu, sarana serta kemampuan penulis dalam meneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini akan sangat membantu penulis di masa yang akan datang, Namun besar harapan penulis agar penelitian dapat memeberikan manfaat atau wawasan baru bagi pembaca. Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa akan selalu melimpahkan dan memberikan anugerah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Bandung, 03 January 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4 Objek Penelitian.....	7
BAB II.....	9
KERANGKA TEORI	9
2.1 Teori Pendukung.....	10
2.2 Analisis Bisnis :	19
2.3 Penelitian Terdahulu	37
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Tahap Penelitian.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	42
BAB V	45
ANALISIS PENELITIAN	55
5.1 Prospek Perumbuhan Industri Pakaian jadi Kota Bandung.....	55
5.2 Evaluasi Strategi Perusahaan Saat Ini	56
5.3 Analisis Lingkungan Eksternal	57
PESTLE	58
5 Force Analysis	63
5.4 Analisis Lingkungan Internal.....	69

Value Chain (Rantai Nilai)	69
5.5 Analisis SWOT	74
5.6 Formulasi Strategi	80
Analisis EFAS dan IFAS	80
5.7 IE Matriks Analisis	84
Saran Strategi berdasarkan IE Matriks	85
BAB VI	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengusaha Kecil Dan Menengah.....	2
Tabel 2.2 Tabel SWOT Matriks.....	34
Tabel 2.3 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	45
Tabel 3.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	45
Tabel 3.3 SWOT dan SWOT Matriks.....	46
Tabel 3.4 IE Matriks	46
Tabel 4.1 <i>Price List</i> Produk Toko Koleksi Mama	56
Tabel 5.1 Tabel Jenis UMKM dan kriterianya	60
Tabel 5.2 Data Pedagang Berdasarkan Lokasi Berjualan	65
Tabel 5.3 Industri Kecil di Kota Bandung	66
Tabel 5.4 Analisis SWOT Toko Koleksi Mama	79
Tabel 5.6 Analisis EFAS Toko Koleksi Mama.....	81
Tabel 5.7 Analisis IFAS Toko Koleksi Mama.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Five Generic Competitive Strategy</i>	16
Gambar 1.2	Kerangka Pestle.....	21
Gambar 2.2	Kerangka <i>5 Force Strategy</i>	26
Gambar 2.3	Kerangka <i>Value Chain</i>	29
Gambar 2.4	Kerangka IE Matriks	36
Gambar 2.5	Langkah / Tahapan Penelitian Toko Koleksi Mama.....	38
Gambar 2.6	Model Penelitian Toko Koleksi Mama	39
Gambar 3.1	Gambar Tahapan Penelitian Toko Koleksi Mama	43
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Koleksi Mama	51
Gambar 4.2	DFD Penelitian Toko Koleksi Mama.....	53
Gambar 4.3	BPMN Penjualan Toko Koleksi Mama	54
Gambar 5.1	Grafik mengenai Rupiah Terhadap Dolar dari 10 November s/d 18 November 2016	60
Gambar 5.2	Hasil analisis IE Matriks Toko Koleksi Mama	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1998 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya memberikan dampak yang kecil dalam laju ekonomi, padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam membantu pertumbuhan ekonomi hanya saja belum begitu dioptimalkan keberadaannya. (www.kemenkeu.go.id/Berita/peran-penting-ukm-dorong-perekonomian-indonesia, diakses pada 15/April/2016).

Pada kenyataanya UMKM mampu mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur, seperti halnya UMKM yang bergerak di industri pakaian jadi di Kota Bandung yang akhir-akhir ini cukup bermunculan baik di

online maupun *offline shop* yang akhirnya menjadi sorotan masyarakat yang ingin terjun ke dunia bisnis. Jumlah koperasi selama 2013 sebanyak 40 juta, sedangkan UMKM yang bergerak di bidang pakaian jadi ada 3,5 juta. (<http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/>, diakses pada 15/April /2016).

Jumlah pengusaha kecil menengah di Jawa Barat sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Pengusaha Kecil Dan Menengah

Provinsi	2013		2014		2015	
	Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)		Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)		Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)	
	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil	Mikro	Kecil
LAMPUNG	90 051	11 568	94 739	8 971	76 728	3 777
KEP. BANGKA BELITUNG	9 723	1 692	7 752	515	5 914	237
KEP. RIAU	13 706	2 515	14 638	761	7 231	237
DKI JAKARTA	20 738	19 172	15 110	22 748	28 378	6 616
JAWA BARAT	382 899	106 861	437 985	60 078	421 881	58 359
JAWA TENGAH	650 115	160 148	766 782	65 690	934 814	95 560
DI YOGYAKARTA	67 454	13 306	73 266	7 313	52 907	4 758
JAWA TIMUR	539 320	89 786	608 774	39 932	771 185	49 659
BANTEN	71 736	7 424	75 760	5 652	108 235	9 313
BALI	84 149	21 333	107 434	8 659	95 282	8 078

Sumber : Badan Pusat Statistik

Pada tahun 2012, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah berencana untuk menciptakan 20 juta usaha kecil menengah baru tahun 2020. Tahun 2020 adalah masa yang menjanjikan begitu banyak peluang karena di tahun tersebut akan terwujud apa yang diinginkan para pemimpin ASEAN yang tertuang dalam Bali Concord II. Suatu komunitas ekonomi ASEAN, yang peredaran produk-produk barang dan jasanya tidak lagi dibatasi batas negara akan terwujud. Kondisi ini membawa sisi positif sekaligus negatif bagi UMKM. Menjadi positif apabila produk dan jasa UMKM mampu bersaing dengan produk

dan jasa dari negara-negara ASEAN lainnya, namun akan menjadi negatif apabila sebaliknya. Untuk itu, kiranya penting bila pemerintah mendesain program yang jelas dan tepat sasaran serta merencanakan penciptaan 20 juta UMKM baru sebagai program nasional. (<http://diskop.banglikab.go.id>, diakses pada 15/April/2016).

Merujuk pada perkembangan UMKM di Kota Bandung, UMKM di Kota Bandung memiliki nilai yang sangat strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kerakyatan. Sehingga akan berdampak secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung juga ikut fokus mengembangkan UMKM salah satunya menetapkan tujuh sentra UMKM di Kota Bandung. Menurut data dari Kadin Kota Bandung jumlah UMKM 3000 unit, tak bisa dipungkiri bila Kota Bandung sekarang ini menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi industri pakaian jadi sangat cerah. Bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang sekarang ini sengaja memilih bisnis *Factory Outlet* (FO), *Clothing Company* (CC), maupun Distro (*distribution store*) untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. Maka dari itu perkembangan UMKM dalam industri pakaian jadi pun sangatlah pesat. (<http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2012/08/09/199051/pengembangan-ukm-bandung-strategis>, diakses pada 15/April/2016).

Lalu untuk industri pakaian jadi di Kota Bandung sendiri setiap tahunnya selalu meningkat, hal ini di karenakan Masyarakat Bandung sangat kreatif dalam membuat sesuatu hal yang unik, baru, dan belum pernah di pasarkan. Sebelumnya

masyarakat disana membuat berbagai pakaian dan dipasarkan langsung yang dikenal dengan nama distro Bandung. Setelah pakaian sangat diminati, produk kaos mulai berkembang dan kaos menjadi trend, selanjutnya ada sepatu, tas dan sandal yang terkenal di daerah Cibaduyut. Maka dari itu banyak pelaku bisnis baik yang baru atau sudah lama yang ingin menggeluti dunia pakaian jadi karena peluang yang sangat besar.

Namun pada kenyataannya sekarang UMKM sedang memiliki ancaman atau mungkin peluang yang cukup besar yaitu mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean atau banyaknya pesaing baru yang bermunculan. Bagi UMKM yang tidak memiliki strategi khusus dalam menghadapi persaingan tersebut akan di perkirakan sulit dalam menjalankan usaha nya. MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) sendiri adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN, dalam artian adanya system perdagangan bebas antara negara-negara ASEAN. Indonesia dan sembilan negara anggota ASEAN lainnya telah menyepakati perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), yang bertujuan kepada perkembangan yang bercabang dan percepatan integrasi dari Kamboja, Laos, Myanmar, dan Viet Nam melalui inisiatif untuk Integrasi ASEAN dan inisiatif-inisiatif regional lainnya. Sektor lain yang akan disatukan dalam kerjasama tersebut antara lain pengembangan sumber daya manusia dan kapasitas bangunan, pengakuan atas kualifikasi ahli, konsultasi yang lebih dekat dalam ekonomi makro dan kebijakan-kebijakan finansial, ukuran biaya perdagangan, menaikkan kualitas infrastruktur dan hubungan komunikasi, pengembangan transaksi elektronik dengan menggunakan e-ASEAN, persatuan industri-industri dari wilayah satu ke wilayah lain untuk memajukan sumber daya

wilayah, serta meningkatkan keterlibatan sektor pribadi dalam pembangunan MEA. MEA pun akan dijadikan sebagai kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, dengan memprioritaskan pada Usaha Kecil Menengah (UMKM). Kemampuan daya saing dan dinamisme UMKM akan ditingkatkan dengan memfasilitasi akses mereka terhadap informasi terkini, kondisi pasar, pengembangan sumber daya manusia dalam hal peningkatan kemampuan, keuangan, serta teknologi. (www.ekonomiplanner.com, diakses pada 15/ April/2016).

Dari sekian banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang industri pakaian jadi, Toko Koleksi Mama merupakan salah satu toko di bidang industri pakaian jadi yang terletak di Pasar Baru dan mulai menjalankan usahanya dari tahun 2003. Produk yang dijual oleh Toko Koleksi Mama adalah pakaian untuk wanita remaja hingga dewasa. Jika dilihat dari persaingan bisnis di bidang pakaian jadi di Bandung, banyak sekali pemain di industri ini sehingga menyebabkan makin ketatnya persaingan dalam menjalani bisnis. Toko Koleksi Mama mengalami berbagai masalah hingga saat ini seperti selera konsumen yang selalu berubah yang menginginkan beraneka ragam produk pakaian berkualitas tinggi dengan harga yang murah sehingga membuat Toko Koleksi Mama terus melakukan strategi bisnis yang tepat untuk usahanya agar tetap dapat bertahan dan bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Toko Koleksi Mama harus mengikuti perkembangan bisnis yang ada mulai dari persaingan antar perusahaan yang ketat, inovasi produk, kualitas produk dan tentunya memenuhi keinginan konsumen yang berubah-ubah.

Atas dasar tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai apakah langkah-langkah strategi yang dilakukan oleh Toko Koleksi Mama sebagai pelaku UMKM dalam industri pakaian jadi di Kota Bandung sudah tepat dalam menghadapi persaingan. Adapun judul / topik yang diambil dalam penyusunan proposal ini adalah “Analisis Strategi Bisnis Toko Koleksi Mama dalam Industri Pakaian jadi di Kota Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Secara garis besar, rumusan masalah yang hendak diangkat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana prospek pertumbuhan industri pakaian jadi di Kota Bandung ?
2. Bagaimana posisi strategis Toko Koleksi Mama di industri pakaian jadi di Kota Bandung ?
3. Apa Strategi yang seharusnya diambil oleh Toko Koleksi Mama dalam menghadapi persaingan di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui sejauh mana pertumbuhan industri pakaian jadi di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui posisi atau keberadaan Toko Koleksi Mama dalam industri pakaian jadi di Kota Bandung.

3. Untuk membuat strategi yang diambil oleh Toko Koleksi Mama agar dapat bersaing dalam MEA 2016 dan pesaing-pesaing lainnya serta mengembangkan terus usahanya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Toko Koleksi Mama :

- Menjadi masukan dalam usaha mengembangkan Toko Koleksi Mama.
- Dapat menambah wawasan para pelaku UMKM khususnya owner Toko Koleksi Mama dalam pengambilan strategi yang baik untuk menghadapi para pesaingnya.
- Dapat membantu Toko Koleksi Mama dalam hal mengetahui posisi perusahaanya dalam industri Pakaian jadi di Kota Bandung.

1.4 Objek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah Toko Koleksi Mama, sebuah bisnis kecil dan menengah yang bergerak di bidang pakaian jadi muslim yang menjual segala model baju muslim, mulai dari atasan hingga terusan serta semi kebaya dan rok samping bermotif maupun polos yang dimana produknya lebih berfokus pada warna putih saja. Pada mulanya Toko Koleksi Mama ini bertempat di Pasar Baru Lt.4 Blok K2 no 1, namun sekarang sudah berkembang menjadi 5 cabang yang bertempat di Lt 5 Blok A2 no 5, Lt 5 Blok A2 no 8, Lt 4 Blok A2 no 39, Lt 5

Blok K2 no 25. Toko Koleksi Mama ini baru didirikan pada tahun 2003 oleh Erina Syafitri, yang dulu hanya memiliki 2 karyawan namun sekarang total karyawan sudah mencapai 20 orang.