

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, setiap perusahaan akan mempunyai pesaing dalam usahanya. Dengan demikian ketatnya persaingan tersebut, membuat para pelaku usaha harus menonjolkan produk/jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan akan dapat mengupayakan untuk terjadinya peningkatan penjualan seperti mendorong konsumen dalam membeli dan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan karena promosi bertujuan untuk menginformasikan mengenai produk yang mereka butuhkan.

Adanya kegiatan promosi dapat membantu perusahaan dalam memberikan informasi mengenai produk/jasa yang dihasilkan/ditawarkan kepada para konsumen. Perusahaan yang melakukan kegiatan promosi dalam menjual dan memasarkan produk/jasa, biasanya perusahaan akan lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi dan membujuk masyarakat agar tertarik dan membeli/menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

Kemudian, peran promosi terhadap keberhasilan suatu bisnis juga sangat diperlukan dan juga keadaan pasar atau konsumen harus diperhatikan jika perusahaan ingin tetap berjalan dan berkembang. Persaingan muncul karena adanya perusahaan lain yang dapat menawarkan dan memberikan produk/jasa yang lebih baik kepada para konsumen. Menurut Martowinangun et.al., (2019;143), strategi promosi penjualan, perencanaan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan volume dan omset penjualan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mempengaruhi secara langsung kepada konsumen.

Saat ini banyaknya bermunculan usaha-usaha yang menawarkan barang dan jasa. Usaha yang menawarkan barang seperti jenis pakaian, makanan, minuman, elektronik dan lain sebagainya. Selain itu juga, terdapat usaha yang menawarkan jasa seperti jasa transportasi, jasa pengiriman barang, jasa fotografi, jasa pariwisata, jasa laundry dan masih banyak usaha jasa lainnya. Jasa laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang sangat berkembang pesat di era sekarang, khususnya di Kota Palembang. Sebagian penduduknya adalah masyarakat umum, seperti mahasiswa maupun perantau yang datang dari berbagai daerah yang melakukan semua aktifitasnya sendiri. Mencuci pakaian sendiri termasuk dalam kegiatan yang membutuhkan tenaga dan waktu bagi sebagian orang. Jasa ini memberikan layanan kepada masyarakat tidak perlu di pusingkan lagi dengan masalah kerapian dan kebersihan pakaiannya.

Di Kota Palembang jasa pencucian yang bermunculan saat ini sangat banyak sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara pengusaha laundry di Kota Palembang. Oleh karena itu agar dapat menarik pelanggan, para pemilik laundry harus melakukan strategi promosi agar perusahaan bisa terus mengembangkan usahanya dan mencapai target *omzet* yang diharapkan. Menurut Wicaksana & Rachman, (2018;17), Promosi salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran atau strategi pemasaran. Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk dan meyakinkan seseorang. Menurut Kotler dan Keller (dalam Saverus. 2019;7). Bauran Promosi meliputi aktivitas periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung dan publikasi.

Salah satu industri yang bergerak dibidang jasa pencucian di Kota Palembang adalah You Laundry yang beralamat di Jalan RW Mongonsidi No. 6, Kalidoni Palembang. Usaha You Laundry ini didirikan sejak tahun 2020. Adapun jenis jasa yang dijual adalah cuci, setrika, lipat per-satuan dan kiloan, cuci hordeng, cuci karpet, cuci boneka, dan cuci sepatu. Target pasar

utama yang menggunakan jasa You Laundry adalah ibu rumah tangga karena berlokasi di tempat yang padat penduduk dan juga para perantau yang sibuk bekerja sehingga tidak memiliki banyak waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri.

Bauran Promosi yang telah diterapkan oleh You Laundry yaitu periklanan melalui media cetak seperti brosur dan spanduk yang dipasang di depan tempat usahanya, melalui media sosial seperti instagram. Informasi dari mulut ke mulut, serta promosi penjualan menggunakan promo potongan harga untuk menarik perhatian konsumen.

Berikut target dan realisasi penjualan You Laundry yang dapat dijelaskan pada tahun 2020 sampai dengan 2022.

Tabel 1.1
Target Penjualan&Realisasi
Penjualan You Laundry Tahun 2020-2022

Tahun	Target Penjualan (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase Peningkatan Penjualan Pertahun (%)
2020	300.000.000	265.000.000	0,00%
2021	300.000.000	270.500.000	2,08%
2022	300.000.000	260.000.000	-3,88%

Sumber Data : You Laundry, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa sejak tahun 2020 hingga 2022, rata-rata target dan realisasi penjualan You Laundry mengalami penurunan. Target dan persentase penjualan pertahun yang telah ditentukan oleh You Laundry di tahun 2020 sampai 2022 tidak mencapai target penjualan. Berdasarkan data tersebut dapat menunjukkan bahwa penjualan pada You Laundry Palembang mengalami fluktuasi kadang

mengalami penurunan dan mengalami kenaikan disetiap tahun. Namun penurunan ini terjadi disebabkan oleh kurangnya dalam memaksimalkan promosi dalam penjualan sehingga tidak tercapainya target penjualan.

Adapun hasil wawancara dengan Pemilik Usaha You Laundry, banyak faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan salah satunya kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh You Laundry sehingga harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat mencapai target yang diharapkan.

Mengingat target pasar utama Usaha You Laundry adalah Ibu rumah tangga, jika menggunakan strategi promosi menggunakan media sosial yaitu instagram, dilihat dari tampilan profil dari beberapa pengikut (*followers*) instagram You Laundry yang sebagian besar merupakan anak muda yang dapat dilihat dari gambar foto profil yang dipasang oleh pengikut. Kebanyakan pengikutnya adalah anak muda. Hal ini membuat strategi promosi menggunakan media sosial instagram tidak cocok untuk ibu rumah tangga mengingat target pasar You Laundry tidak hanya anak muda tetapi juga banyak ibu rumah tangga yang menggunakan jasa laundry.

Harus meningkatkan bauran promosi seperti periklanan menggunakan media cetak, melalui brosur yang dapat dibagikan secara langsung kepada konsumen tidak hanya diletakkan diatas meja, spanduk yang dipasang didepan tempat usaha dapat dioptimalkan dengan memperhatikan tidak hanya menunggu kondisi spanduk rusak baru diperbaharui, informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan juga promosi penjualan menggunakan promo yang dapat lebih menarik perhatian konsumen yang berlokasi ditempat yang padat penduduk agar dapat dilihat bauran promosi yang diterapkan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas mengenai **“Penerapan Strategi Promosi Pada You Laundry Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Penerapan Strategi Promosi Pada You Laundry Palembang?”.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pembahasan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dan pokok permasalahan yang ada yaitu penerapan strategi promosi pada You Laundry Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Penerapan Strategi Promosi Pada You Laundry Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dibidang ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya dalam hal starategi promosi dan nantinya dapat membantu penulis menerapkan dalam kegiatan dunia usaha yang sebenarnya.

b. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan mengenai permasalahan pemasaraan terutama dalam menerapkan strategi promosi.

c. Bagi Pembaca

Sebagai acuan atau bahan referensi bagi pembaca yang ingin menambah wawasan mengenai mata kuliah manajemen pemasaran.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar Laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Penarapan Strategi Promosi Pada You Laundry Palembang yang beralamat di Jalan RW Mongonsi No. 6, Kalidoni Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Pada penulisan laporan ini penulis menggunakan 2 (dua) sumber data yaitu:

a. Sumber data primer

Menurut Sugiyono (2016:376), "adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Dalam hal ini, data yang penulis peroleh yaitu dari pemilik/pengurus dari usaha You Laundry yang merupakan hasil wawancara dan pengamatan langsung antara penulis dengan pemilik/pengurus You Laundry.

b. Sumber data sekunder

Menurut Sugiyono (2016:376), adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen-dokumen dari perusahaan mengenai sejarah, struktur, organisasi dan data lainnya serta sumber-sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan bidang yang diteliti yaitu tentang bauran pemasaran. Dalam hal ini, data yang penulis dapatkan yaitu dari sumber bacaan melalui buku, internet, jurnal dan artikel serta dari hasil penelitian yang telah dipublikasikan oleh berbagai pihak.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data dan informasi untuk penulisan ini adalah:

Menurut Sugiyono (2016:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah awal yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data-data yang diperlukan guna penulisan laporan ini, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang ada dengan mendatangi langsung usaha You Laundry.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan penulis antara lain:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung adalah dengan cara sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:240), wawancara adalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diberikan kepada responden.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dengan Pemilik You Laundry, dengan berpedoman kepada pertanyaan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya namun hanya berupa garis besarnya saja (wawancara tidak terstruktur).

b. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2016:240), adalah teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek lain. Dalam penelitian ini dengan cara mengamati secara langsung tanpa berpartisipasi secara langsung (observasi non partisipan).

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2016:204), Dokumen merupakan catatan suatu kejadian yang telah lalu. Dokumen itu bisa berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Penulis melakukan pengambilan foto pada saat wawancara untuk mendukung laporan ini.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur - literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, dan hasil dari peneliti terdahulu.

1.5.4 Metode Analisis Data

Adapun metode yang digunakan penulis untuk menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan tersebut yaitu metode analisis yang bersifat deskriptif kualitatif.

Menurut Sukmadinata (dalam Abrar 2019:216), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, keterkaitan antar kegiatan.

Jadi, bisa disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel- variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.