

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat pada masa sekarang ini menuntut kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya perusahaannya secara efektif dan efisien. Salah satunya Usaha Kecil Menengah (UKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan bagus. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis laundry yang beragam. Usaha kecil menengah menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah.

Perusahaan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang mempunyai pengaruh besar terhadap keadaan perekonomian. Keberadaan perusahaan menimbulkan dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Barang dan jasa yang dihasilkan dapat memberikan manfaat dan membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan jasa sudah mulai berkembang pesat saat ini. Sehingga setiap perusahaan harus bisa bersaing dalam memperkenalkan keunggulan laundry atau jasa yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen. Semakin pesatnya dunia perekonomian dewasa ini, khususnya di Palembang, menuntut setiap perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa terus mengencangkan strategi promosi agar perusahaan bisa terus

mengembangkan usahanya dan mencapai target omzet yang diharapkan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa adalah jasa laundry. Jasa laundry merupakan salah satu bisnis jasa yang sedang naik daun saat ini. Hal ini disebabkan karena bisnis jasa ini memiliki peluang bisnis yang sangat baik, masyarakat kota yang semakin sibuk, membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa laundry. Bisnis yang bergerak pada pelayanan jasa laundry memiliki peluang yang sangat bagus. Masyarakat kota yang semakin sibuk dengan berbagai pekerjaan, membuat usaha jasa laundry semakin dibutuhkan. Tingginya tingkat permintaan terhadap jasa pelayanan laundry menjadi salah satu pendorong para masyarakat untuk berbisnis laundry. Banyaknya usaha jasa laundry yang beredar dapat membuat intensitas persaingan yang semakin meningkat. Tingginya tingkat persaingan pada bisnis laundry menyebabkan usaha laundry dituntut membuat suatu strategi yang unggul dari para pesaingnya agar konsumen bertambah sekaligus meningkatkan pendapatan usahanya.

Strategi menjadi suatu hal yang utama yang perlu dirancang sedemikian rupa dalam menghadapi persaingan saat ini. Strategi pemasaran dibutuhkan untuk menghadapi persaingan antar perusahaan yang terus mengalami peningkatan. Fenomena persaingan antar perusahaan yang ada telah membuat setiap perusahaan menyadari suatu kebutuhan untuk memaksimalkan aset-aset perusahaan demi kelangsungan perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yaitu dengan kegiatan promosi. Setiap perusahaan memiliki strategi promosi pemasaran yang berbeda-beda. Strategi merupakan sebuah upaya mengembangkan keunggulan perusahaan dalam eksternal yang kompetitif dalam rangka untuk pencapaian target penjualan.

Zhahira Laundry adalah salah satu bisnis laundry yang telah beroperasi lebih kurang tiga tahun. Zahira laundry berdiri di lingkungan

perkotaan yang mayoritas mendirikan usaha laundry. Zhahira Laundry harus mampu bersaing dengan laundry lainnya untuk merebut para pelanggan.

Target penjualan yang telah ditentukan oleh Zhahira Laundry ini di satu bulan pertama sampai bulan terakhir tidak mencapai sesuai target. Kendala yang didapatkan oleh Zhahira Laundry ini timbul karena kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh Zhahira Laundry sehingga membuat penjualan pada toko mengalami penurunan

**Tabel 1.1**  
**Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Toko Zhahira Laundry**  
**Tahun 2022**

<b>Bulan</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Realisasi</b>
Januari	20.000.000	18.975.600
Februari	20.000.000	18.735.000
Maret	20.000.000	19.983.600
April	20.000.000	20.122.800
Mei	20.000.000	19.876.900
Juni	20.000.000	18.785.700
Juli	20.000.000	18.500.000
Agustus	20.000.000	17.970.000
September	20.000.000	17.500.000
Oktober	20.000.000	18.953.400
November	20.000.000	17.900.700
Desember	20.000.000	17.735.600
<b>Total</b>	<b>240.000.000</b>	<b>225.039.300</b>

Sumber: Usaha Zhahira Laundry, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa realisasi penjualan pada toko Zhahira Laundry mengalami penurunan. Zhahira Laundry ini sudah

melakukan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan tempat lain, akan tetapi volume penjualan masih berfluktuasi.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk membahas kendala yang dialami Zhahira Laundry terkait tidak tercapainya target penjualan dalam bentuk Laporan Akhir yang berjudul **“Penerapan Bauran Promosi Pada Usaha Zhahira Laundry Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Zhahira Laundry dalam mencapai target penjualan?.

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup pembahasan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dan pokok permasalahan yang ada yaitu penerapan strategi promosi penjualan pada Zhahira Laundry Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh usaha Zhahira Laundry dalam mencapai target penjualan.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana penerapan strategi promosi yang baik.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak Perusahaan dalam menentukan kebijakan memilih promosi untuk melakukan

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah pendekatan kualitatif.

a. Pendekatan Kualitatif

Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. Analisa deskriptif yaitu menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data tentang strategi promosi untuk mencapai target penjualan pada Zhahira Laundry.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Yusi dan Indris (2016:109), pembagian data menurut cara memperolehnya adalah sebagai berikut :

a. Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah jenis data yang mencirikan atau menggambarkan sesuatu, data yang dapat diamati dan direkam. Jenis data yang digunakan pada laporan akhir ini adalah data kualitatif yang menggambarkan tentang strategi promosi penjualan pada usaha Zhahira Laundry.

b. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis memperoleh dan mengumpulkan data untuk penyusunan laporan akhir secara langsung dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik Usaha Zhahira Laundry. Penulis mendapatkan data tersebut dengan mengunjungi Zhahira Laundry.

#### 1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Penulis memperoleh data untuk penyusunan laporan akhir dari berbagai sumber seperti buku, artikel, dan internet yang telah dibublikasikan yang ada kaitannya dengan strategi promosi, serta data lainnya.

### 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan dalam hal ini yaitu Usaha Zhahira Laundry Jalan Kapten Robani Kadir, Depan Masjid Nurul Huda, Talang Putri, Kecamatan Plaju, Kota Palembang. dengan cara:

##### a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan metode wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan

wawancara langsung dengan pemilik Usaha Zhahira Laundry tentang data-data yang diperlukan.

b. Dokumentasi

“Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada” (Sugiyono, 2013)

Pada penulisan laporan ini, penulis mengambil dokumentasi berupa brosur dan foto Zhahira Laundry tempat penulis melakukan penelitian yaitu Zhahira Laundry.

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur, buku-buku dan referensi-referensi lain serta jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai bahan masukan penelitian dalam melakukan penulisan laporan akhir ini.

### 1.5.4 Analisis Data

a. **Metode Kualitatif** (*deskriptif*)

Adapun penelitian yang digunakan penulis untuk menganalisis dan yang diperoleh dari Zhahira Laundry menggunakan metode kualitatif. Metode yang menganalisis data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang berupa keterangan. Metode analisa yang dipakai adalah analisa deskriptif. Analisa deskriptif yaitu

menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data tentang strategi promosi untuk mencapai target penjualan pada Zhahira Laundry.