

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan demi kebutuhan konsumen. Di tengah maraknya persaingan secara global, yang mengacu kepada pesaing yang berkembang saat ini, diharuskan mempunyai kreatifitas dan inovasi yang tinggi dalam menjalankan bisnis sehingga tidak tertinggal oleh pesaing lain. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyebabkan persaingan di kancan nasional maupun internasional semakin meningkat untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Menghadapi persaingan bisnis, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Salah satu strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah melakukan strategi pemasaran, yaitu suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran untuk memperoleh hasil optimal. Pemasaran memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis, karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus dapat menarik konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari bulan ke bulan atau tahun-ketahun sesuai dengan kuantitas/kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan atau peluang. Kreativitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreativitas imajinasi konsep strategi kedalam langkah-langkah prosedur penerapan strategi bisnis.

Adanya strategi sumber daya manusia, yaitu mengembangkan dan mempertahankan karyawan dalam menjalankan aktivitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnis. Strategi ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masing-masing karyawan dengan memberikan kompensasi agar mereka termotivasi dalam melakukan pekerjaannya, selain itu manajer harus mampu mengelola unsur manusia secara baik agar memperoleh tenaga kerja yang mencintai dan merasa puas akan pekerjaannya.

Pelaku bisnis dalam menentukan tempat usaha dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT (*strenght, weaknesses, opportunities, threats*) dapat membatu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Pelaku bisnis dapat menentukan *strength* atau kekuatan mereka agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan bisnisnya, *weaknesses* atau kelamahan adalah hal yang harus diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh para pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal inilah yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari, bagi para pelaku bisnis juga akan memiliki peluang atau *opportunities* dalam usahanya. Peluang tersebut didapat, maka pelaku bisnis dapat segera memanfaatkan peluang tersebut untuk menarik minat konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bisnis.

Meneliti strategi bisnis yang dilakukan dan untuk mencapai pada kesimpulan SWOT pada penulisan ini maka penulis menggunakan dasar-dasar strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran guna meneliti mana unsur yang menjadi tolak ukur dan kekuatan pada perusahaan tersebut.

Laundry sepatu adalah usaha cuci sepatu menggunakan alat, bahan, cara yang khusus. Laundry sepatu sangat berbeda dengan laundry pakaian, jika laundry pakaian dominan menggunakan air yang banyak dan mesin cuci yang

mengerjakannya sebaliknya laundry sepatu hanya menggunakan air yang sedikit, sabun khusus dan cara pengerjaannya secara manual oleh tenaga manusia. Laundry sepatu saat ini merupakan salah satu bisnis yang sangat diminati karena bisnis ini cukup mudah diwujudkan. Bisnis laundry sepatu hanya membutuhkan modal yang sedikit.

Saat ini, jasa laundry sepatu menjadi salah satu solusi bagi mereka yang ingin mencuci sepatunya tanpa merasa takut akan rusak. Tentunya, jasa laundry sepatu ini menggunakan berbagai sikat sepatu dan juga sabun yang disesuaikan dengan jenis bahan dari masing-masing sepatu, seperti sabun merek Jason Markk, petroleum jelly (vaselin pet jelly), cuka, dan baby oil. Sedangkan beberapa alat yang digunakan adalah sikat gigi dengan ujung sikat halus (untuk pembersihan sepatu bagian dalam), handuk kecil, ziplock, dan silicagel.

Adanya jasa Laundry Sepatu, ada beberapa keuntungan yang dapat dirasakan pelanggannya, seperti hemat tenaga karena mereka tidak perlu mencuci sepatunya sendiri. Pelanggan juga akan mendapatkan pelayanan premium dari Kinclong.sub Laundry Sepatu berupa pemakaian sabun khusus dengan kualitas terbaik. Pelanggan juga diberikan ekstra ziplock dan parfum untuk menjaga kebersihan sepatu dari bakteri agar tidak berjamur.

Laundry Sepatu Kinclong.sub berdiri tanggal 15 November 2017 yang didirikan oleh Adi putra, bisnis ini berdiri karena beberapa faktor dari pemilik yaitu permasalahan ekonomi dan didukung oleh kecintaan pemilik terhadap sepatu sehingga pemilik pun mendirikan usaha ini. Laundry Sepatu Kinclong.sub memperluas pemasaran dengan menerapkan promosi kepada para konsumen

dengan memberikan potongan harga dan memanfaatkan media social seperti Instagram. Harga yang ditawarkan untuk jasa Laundry Sepatu cukup terjangkau berkisar Rp 20.000 – Rp 100.000.

**Tabel 1. 1 Perkembangan Pendapatan Laundry Sepatu Kinclong.sub
Surabaya dalam 6 bulan terakhir: Juli 2018 – Desember 2018**

Bulan	Omset Penjualan 6 bulan terakhir
Juli 2018	Rp 3.185.000,-
Agustus 2018	Rp 6.243.000,-
September 2018	Rp 4.708.000,-
Oktober 2018	Rp 4.337.000,-
November 2018	Rp 6.221.000,-
Desember 2018	Rp 5.514.000,-

Sumber: Laundry Sepatu Kinclong.sub

Dilihat berdasarkan data diatas, Pendapatan Laundry Sepatu Kinclong.sub ada pada kondisi fluktuatif. Pada bulan Agustus, November dan Desember 2018 terjadi peningkatan pendapatan yang signifikan yaitu sebesar Rp 5.514.00 sampai Rp 6.243.000, hal ini dikarenakan Laundry Sepatu Kinclong.sub melakukan promo yaitu dengan adanya potongan harga pada setiap jasa yang ditawarkan. Pendapatan dibulan Juli, September, dan Oktober perkembangan pendapatan dapat dikatakan stabil berkisar antara Rp 3.185.000 sampai Rp. 4.708.000. Melalui perkembangan pendapatan diatas, pemilik berupaya meningkatkan pendapatan dengan memberikan *service* terbaik untuk sepatu *customer*. Usaha bisnis yang menjadi

pesaing utama disekitar lokasi yaitu Klinik Sepatoe dan Majapahit Shoes Laundry yang bergerak dibidang sejenis. Kedua pesaing ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, Klinik Sepatoe dan Majapahit Shoes Laundry mempunyai tempat yang sangat strategis dipinggir jalan raya sedangkan Kinclong.Sub berada di gang. Dari segi harga Kinclong.sub memiliki harga yang bias dibidang paling terjangkau seperti cuci sepatu hanya dari Rp 20.000- Rp 40.000 sedangkan di Klinik Sepatoe dan Majapahit Shoes Laundry berkisar dari Rp 35.000- Rp 60.000.

Usaha bisnis tersebut dituntut untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan pendapatan. Analisis SWOT dapat membantu usaha bisnis untuk menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang harus dijalankan usaha bisnis tersebut dalam mencapai tujuannya. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diajukan penelitian dengan judul : **”Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub Surabaya”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub yang berada di Jalan Gunungsari II Perjuangan, Surabaya, Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada jasa Laundry Sepatu Kinclong.sub yang berada di Jalan Gunungsari II Perjuangan, Surabaya, Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan Laundry Sepatu Kinclong.sub

yang berada di Jalan Gunungsari II Perjuangan, Surabaya, Jawa Timur melalui analisis SWOT, yang pada akhirnya sebagai masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya, serta referensi untuk tindakan selanjutnya dalam hal ini pengambilan keputusan bisnis.