

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Penelitian

Seiring berubahnya zaman kota Bandung telah menjadi kota Metropolitan, dimana sarana dan prasarana telah lengkap. Kota yang memiliki julukan ” Paris van Java” ini menawarkan beberapa ketertarikan yang dimiliki Kota Bandung, seperti wisata belanja, kuliner, dan pendidikan. Banyak wisatawan yang berkunjung ke Bandung untuk sekedar menikmati wisata seperti daerah Jalan Riau dan Dago, dimana Banyak sekali *factory outlet*. Selain itu Kota Bandung menjadi salah satu kota yang diminati oleh masyarakat Indonesia dalam segi pendidikannya.

Dalam meraih ilmu janganlah pernah puas, demikian sebuah pepatah China mengatakannya. Tetapi hal ini benarlah adanya, dikarenakan perkembangan pendidikan di kota Bandung. Banyak lulusan SMA baik dari luar maupun dalam kota Bandung melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi. Kebanyakan dari calon mahasiswa baru melanjutkan ke perguruan tinggi ternama, seperti Universitas Kristen Maranatha, Unpar, dan ITHB. Selain di perguruan tinggi swasta, ada pula yang masuk Universitas Negeri, seperti ITB, UNPAD, dan UPI.

Melihat banyaknya calon mahasiswa baru, banyak sekali yang melirik suatu usaha atau bisnis. Para pembisnis harus jeli melihat peluang yang ada, salah satunya yang berhubungan dengan kebutuhan mahasiswa jadi seperti ; kost - kostan, rumah makan, *foto copy*, *mini market*, toko buku, dan *laundry*.

Rumah kos menjadi salah satu tempat hunian mahasiswa yang sedang menjalani pendidikan di kota Bandung ini. Rumah kos memberikan suatu fasilitas yang lebih dari biasanya, seperti fasilitas air panas, internet, dan *laundry*. Tetapi ada sebagian rumah kos yang tidak memberikan fasilitas seperti *laundry*. Usaha *laundry* merupakan alternatif bagi mahasiswa yang tidak mendapatkan fasilitas mencuci di rumah kosnya.

Seiring waktu berjalan usaha *laundry* di Bandung tumbuh dengan pesat, khususnya di daerah Gegerkalong Bandung. Dimana daerah tersebut berada dekat dengan UPI (Universitas Pendidikan Indonesia) dan MQ (Management Qalbu) asuhan Aa Gym. Sepanjang Jalan Gegerkalong selalu dapat kita lihat Usaha *Laundry*, dengan ketatnya persaingan ini maka para pemilik usaha *laundry* membuat promosi untuk berusaha mempertahankan kelangsungan usahanya dan juga konsumennya. Maka dari itu usaha *laundry* harus siap dengan segala perubahan yang terjadi.

Melihat kenyataan tersebut maka, perusahaan *laundry* harus menyadari dengan hanya memberikan penawaran servis yang biasa saja tidaklah cukup. Tetapi usaha *laundry* harus dapat menarik minat konsumen ,untuk mau menggunakan jasa serta servis dari *laundry* tersebut.

Maka usaha *laundry* harus menyadari bahwa, nasib bisnis mereka tergantung pada promosi yang mereka lakukan dalam rangka menjaring konsumen yang menggunakan jasa *laundry* tersebut. Dengan ini usaha *laundry* dapat melihat apakah ada peningkatan atau penurunan pendapatan.

Promosi adalah salah satu alat yang paling efektif untuk menarik konsumen, serta membuat konsumen mau melakukan tindakan dengan adanya *trust* (keyakinan) terhadap pilihannya. Dengan *promotion* juga perusahaan dapat melihat perkembangan usahanya dari segi pendapatan.

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Dengan adanya promosi, karena konsumen mendapatkan banyak kemudahan untuk mendapatkan informasi. Informasi yang diberikan dalam promosi mengandung daya tarik tersendiri dimana dapat membuat konsumen tertarik dan ingin mencoba. Promosi juga menjadi salah satu alat keputusan konsumen.

Sebagian besar pengusaha *laundry* di daerah Gegerkalong mengusung promosi berupa *advertising*, dimana media ini sangat diminati oleh konsumennya. Media komunikasi yang digunakan berupa media, cetak seperti brosur, spanduk, *banner*, dan *flyer*.

Penulis melihat sebuah promosi dari sebuah *flyer* dan spanduk yang sangat unik seperti; "CUCI GRATIS SAMPAI 1000kg." dari keunikan promosi ini, penulis berusaha menelusuri daerah Gegerkalong, dan menemukan Laundry yang bernama O-Laundry.

Dari uraian di atas, penulis melihat sesuatu yang menarik Penulis untuk dijadikan topik penelitian dengan judul " Pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan O Laundry, Bandung."

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari Latar Belakang Penelitian di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh O Laundry dalam meningkatkan pendapatan?
- 2) Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan O Laundry?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh O Laundry dalam meningkatkan pendapatan?
- 2) Untuk mengetahui pengaruh antara biaya promosi dalam meningkatkan pendapatan pada O Laundry?

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian yang diperoleh dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis Sendiri

- Untuk memenuhi syarat akademis dalam menempuh Sarjana S1 pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Maranatha Bandung.

- Untuk menambah wawasan penulis. Penulis juga dapat memahami pengarahannya yang telah dipelajari secara teori yang diperoleh selama kuliah dan membandingkan, teori-teori tersebut pada perusahaan yang sedang diteliti untuk selanjutnya ditarik kesimpulan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran untuk perkembangan perusahaan di masa yang akan datang dan sebagai landasan pemikiran lebih lanjut dalam mengatasi kelemahan-kelemahan dan kekurangan yang ada pada perusahaan.

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi usaha *laundry* di Bandung, perusahaan sejenis dan bahkan perusahaan yang bergerak di bidang lainnya dalam melaksanakan promosi dalam meningkatkan pendapatan usaha.