

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan adanya perkembangan tingkat kesibukan masyarakat perkotaan, berbagai peluang usaha dapat dikembangkan, salah satu contohnya adalah jasa pencucian dan penyetrikaan pakaian. Pada umumnya aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa atau masyarakat perkotaan adalah bekerja, berkuliah, bersekolah, berorganisasi atau bersosialisasi dan lain-lain. Aktivitas-aktivitas tersebut tentunya sangat menyita waktu, terutama para pekerja atau mahasiswa yang berasal dari luar kota, karena dengan keadaan merantau, mereka harus melakukan semuanya sendiri dan cenderung membutuhkan jasa yang dapat meringankan beban mereka dalam melakukan pekerjaan rumah, seperti mencuci dan menyetrika pakaian.

Bagi para pengusaha dengan melihat hal tersebut dapat menjadi suatu peluang usaha yang disebut *laundry*. Usaha *laundry* ini semakin lama semakin berkembang, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya usaha *laundry* yang sudah berdiri saat ini bahkan menimbulkan persaingan yang cukup ketat.

Ciumbuleuit adalah daerah di kota Bandung yang dekat dengan salah satu Universitas Swasta. Mahasiswa yang berkuliah di Universitas tersebut merupakan mahasiswa yang berasal dari kota Bandung dan dari luar kota Bandung, sehingga terdapat banyak tempat kost – kostan dan kontrakan yang dihuni oleh mahasiswa yang berasal dari luar kota Bandung. Dengan banyaknya kebutuhan jasa pencucian di daerah Ciumbuleuit, banyak pengusaha yang melirik jenis usaha *laundry* untuk daerah Ciumbuleuit. Pada saat ini terdapat beberapa usaha *laundry* yang berada di daerah Ciumbuleuit dan bersaing dengan cukup ketat. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya beberapa usaha *laundry* yang tutup dan baru saja buka di daerah Ciumbuleuit.

OBC *Laundry* merupakan satu dari sekian banyak usaha *laundry* yang bersaing menawarkan atau menjual usaha pencucian dan penyetrikaan

pakaian. Di Ciumbuleuit OBC *Laundry* itu sendiri merupakan perluasan usaha dari OBC (*Onny Barber Center*). OBC *Laundry* berdiri tahun 2006 dan berlokasi di Jalan Rancabentang I / 3A, Ciumbuleuit Bandung. OBC *Laundry* memiliki potensi berkembang yang besar karena OBC *Laundry* berlokasi di daerah yang penghuninya membutuhkan jasa *laundry* dan bersebelahan dengan tempat kost. Data yang diperoleh adalah data penjualan kotor OBC *Laundry* yang menunjukkan penurunan penjualan per bulannya, untuk bulan November 2016 hingga bulan Oktober 2017 yaitu :

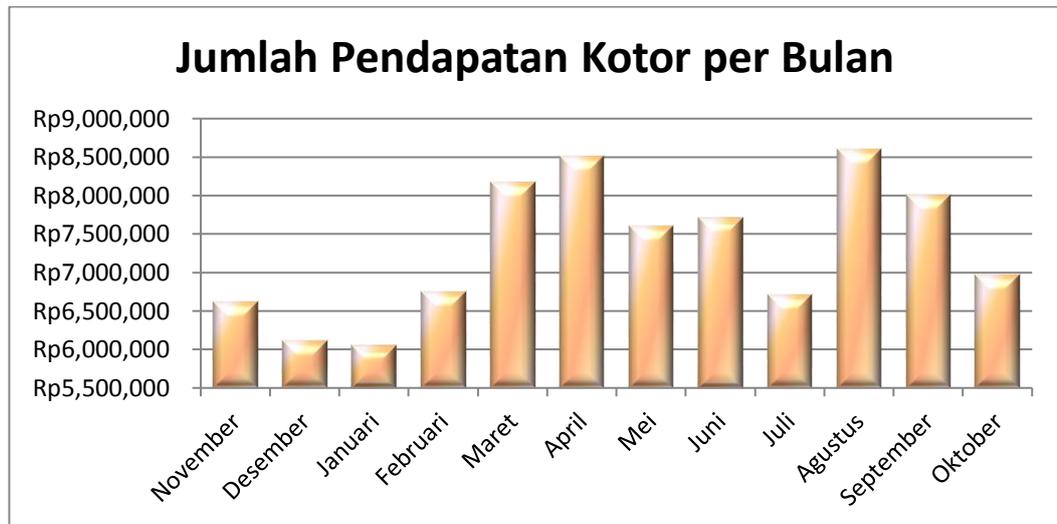
Tabel 1.1  
Tingkat Pendapatan Kotor/bulan

| Bulan               | Tahun | Jumlah Pendapatan Kotor per Bulan | Target per Bulan | Pemenuhan Target |
|---------------------|-------|-----------------------------------|------------------|------------------|
| November            | 2016  | Rp 6,620,000                      | Rp 8,000,000     | Rp (1,380,000)   |
| Desember            | 2016  | Rp 6,115,000                      |                  | Rp (1,885,000)   |
| Januari             | 2017  | Rp 6,052,000                      |                  | Rp (1,948,000)   |
| Februari            | 2017  | Rp 6,751,000                      |                  | Rp (1,249,000)   |
| Maret               | 2017  | Rp 8,174,000                      |                  | Rp 174,000       |
| April               | 2017  | Rp 8,520,000                      |                  | Rp 520,000       |
| Mai                 | 2017  | Rp 7,610,000                      |                  | Rp (390,000)     |
| Juni                | 2017  | Rp 7,720,000                      |                  | Rp (280,000)     |
| Juli                | 2017  | Rp 6,718,000                      |                  | Rp (1,282,000)   |
| Agustus             | 2017  | Rp 8,608,000                      |                  | Rp 608,000       |
| September           | 2017  | Rp 8,016,000                      |                  | Rp 16,000        |
| Oktober             | 2017  | Rp 6,974,000                      |                  | Rp (1,026,000)   |
| Total               |       | Rp 87,878,000                     |                  |                  |
| Rata-rata Penjualan |       | Rp 7,323,167                      |                  |                  |

Besar persentase penjualan OBC *Laundry* yang memenuhi target adalah sebesar 33.33%, dan sisanya 66.67% adalah yang tidak memenuhi target penjualan.

$$\% \text{ pemenuhan target} = \frac{4}{12} \times 100\% = 33,33\%$$

$$\% \text{ tidak pemenuhan target} = \frac{8}{12} \times 100\% = 66,67\%$$



Gambar 1.1  
Grafik Tingkat Pendapatan OBC Laundry

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa pendapatan kotor per bulannya tidak stabil. Jika melihat jadwal perkuliahan seharusnya di semester ganjil (Februari hingga Juni) dan semester genap (Agustus hingga November) tidak mengalami penurunan atau seharusnya penjualannya stabil. Menurut pihak *laundry* menyakini bahwa konsumen tidak loyal terhadap OBC *Laundry* terjadi karena para mahasiswa ingin mencoba *laundry* lain atau hanya untuk mencoba *laundry* disekitarnya untuk membandingkan hasil pencucian dan pelayanannya, maka dari itu pihak *laundry* harus tetap menjaga konsumennya dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan di OBC *Laundry* agar dapat tetap eksis dan tidak kehilangan konsumennya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah di lakukan oleh penulis, maka diperoleh hal-hal yang mungkin menyebabkan masalah yang terdapat di OBC *laundry* antara lain:

1. Kinerja OBC *Laundry* dinilai tidak baik oleh konsumen.
2. Bauran pemasaran yang dilakukan OBC *Laundry* tidak tepat dalam pelaksanaannya.

3. Pihak jasa OBC *Laundry* kurang tepat dalam menentukan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.
4. OBC *Laundry* masih kalah bersaing dengan *laundry* lainnya.
5. Konsumen merasa tidak puas dengan jasa OBC *Laundry* saat ini.
6. Konsumen tidak loyal terhadap OBC *Laundry* sehingga konsumen pindah atau mencoba *laundry* lain.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah dan asumsi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembahasan. Adapun pembatasan masalah dan asumsi tersebut, yaitu :

1. Penelitian ini tidak membahas masalah persaingan antar *laundry*.
2. Kondisi *laundry* tidak ada perubahan nama selama masa penelitian.

### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen OBC *Laundry* saat ini?
2. Bagaimana tingkat kinerja OBC *Laundry* saat ini?
3. Variabel-variabel kinerja OBC *Laundry* apa yang mempengaruhi loyalitas konsumen di OBC *Laundry*?
4. Bagaimana prioritas perbaikan untuk variabel-variabel kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen di OBC *Laundry*?
5. Bagaimana *segmenting*, *targeting*, *positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh OBC *Laundry*?
6. Bagaimana usulan perbaikan yang tepat agar dapat diterapkan pada OBC *Laundry* berdasarkan hasil penelitian?
7. Bagaimana tingkat kepuasan OBC *Laundry* saat ini?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dikemukakan dalam perumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen OBC *Laundry* saat ini.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja OBC *Laundry* saat ini.
3. Mengetahui variabel-variabel kinerja OBC *Laundry* yang mempengaruhi loyalitas konsumen di OBC *Laundry*.
4. Dapat memprioritaskan atau mengurutkan perbaikan untuk variabel-variabel kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen di OBC *laundry*.
5. Dapat menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh OBC *Laundry*.
6. Merancang usulan perbaikan yang tepat agar dapat diterapkan pada OBC *laundry* berdasarkan hasil penelitian.
7. Dapat menentukan tingkat kepuasan OBC *Laundry* saat ini.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ;

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian. Bagian ini yang nantinya akan menjadi panduan untuk bagian-bagian selanjutnya.

#### **BAB 2 STUDI PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan penyelesaian masalah dalam penelitian ini. Teori yang digunakan

adalah teori seputar pemasaran, jasa, *marketing mix*, loyalitas dan uji-uji yang digunakan untuk usulan perbaikan serta teori lain yang mendukung penelitian.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir penulisan laporan Tugas Akhir.

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Bab ini berisi data-data yang dikumpulkan dan digunakan selama penelitian.

### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisi hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan pada sebelumnya yang menggunakan metode Analisis Regresi Berganda, *Crosstabulation*, Uji Hipotesis dan STP (*Segmenting, Targeting and Positioning*) serta analisis untuk pengolahan data yang dilakukan.

### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sebagai solusi dari permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Selain itu juga terdapat saran yang diberikan bagi perusahaan maupun untuk penelitian selanjutnya.