

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan meningkatnya kesibukan seseorang sekarang ini sehingga seseorang tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan hal lain selain pekerjaannya, bahkan untuk mencuci pakaian. Biasanya seseorang menginginkan mencuci dengan waktu yang singkat dengan hasil yang bersih dan wangi, sehingga sekarang ini baik pria maupun wanita, tua dan muda lebih memilih untuk menggunakan jasa *laundry* untuk membantu pekerjaan mereka dalam hal pencucian. Dengan adanya keinginan konsumen tersebut maka sekarang banyak terdapat jasa *laundry* yang menyediakan jasa pencucian dengan waktu yang singkat, hasil pencucian yang bersih dan wangi. Salah satu jasa *laundry* yang menyediakan jasa pencucian adalah “*Laundry Si Cukil*”.

Laundry Si Cukil adalah *laundry* yang berdiri pada bulan April tahun 2009. *Laundry Si Cukil* ini terletak di Jl. Logam No 24 Margasari Bandung. Dari informasi hasil wawancara dengan pihak *Laundry Si Cukil*, saat ini *Laundry Si Cukil* ini sudah mulai cukup dikenal dan memiliki pelanggan yang umumnya merupakan karyawan yang bertempat tinggal di daerah tersebut. Di sekitar *Laundry Si Cukil* masih terdapat *laundry-laundry* lainnya, yaitu *Laundry Fresh Wash*, *Laundry Kinclong*, dll. *Laundry-laundry* tersebut sudah lebih dahulu berdiri dan berdasarkan hasil wawancara dengan perusahaan, *laundry-laundry* tersebut sudah memiliki lebih banyak konsumen dibandingkan dengan *Laundry Si Cukil*, sehingga *Laundry Si Cukil* ini harus dapat bersaing agar dapat meraih perhatian para konsumennya. Untuk dapat unggul dalam persaingan tidaklah mudah, selain harus dapat bersaing dengan para kompetitornya, mereka tetap harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan para konsumennya.

Laundry Si Cukil memiliki target penghasilan yang telah ditentukan yaitu \pm Rp10.000.000/bulan. Hingga saat ini *Laundry Si Cukil* belum dapat mencapai target penghasilan tersebut. Rata-rata penghasilan *Laundry Si Cukil* saat

ini adalah \pm Rp5.000.000/bulan dengan laba bersih kurang dari Rp. 1.000.000. Karena penghasilan *Laundry Si Cukil* masih jauh dari target penjualan yang telah ditentukan maka hal ini menjadi masalah utama pada *Laundry Si Cukil*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak *Laundry Si Cukil*, faktor-faktor yang mungkin menyebabkan *Laundry Si Cukil* sampai saat ini belum dapat mencapai target penjualan adalah:

1. Banyaknya *laundry-laundry* yang sudah terlebih dahulu berkembang dan tempatnya yang berdekatan. Berdasarkan wawancara dengan pemilik *Laundry Si Cukil*, *laundry-laundry* tersebut contohnya *Laundry Kinclong*, *Laundry Fresh Wash*, sehingga terjadi persaingan diantara ketiga *laundry* tersebut.
2. *Laundry Si Cukil* ini masih kurang diketahui oleh masyarakat luas karena *laundry* ini masih tergolong sebagai *laundry* baru di daerah Margasari sehingga namanya belum cukup dikenal.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh *Laundry Si Cukil*.
4. *Laundry Si Cukil* belum mengetahui faktor apa saja yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen dalam memilih *laundry*.
5. *Laundry Si Cukil* belum melakukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dengan baik.
6. *Laundry Si Cukil* belum mengetahui manajemen strategi yang baik bagi perusahaanya.
7. Kurangnya loyalitas konsumen dalam hal menggunakan jasa laundry khususnya di *Laundry Si Cukil*.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada penelitian ini diberikan pembatasan masalah dan asumsi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembahasan. Pembatasan masalah dan asumsi tersebut adalah:

1. Dalam penelitian kali ini tidak akan dibahas mengenai loyalitas konsumen.
2. Dalam penelitian kali ini tidak dibahas secara lebih mendalam mengenai manajemen strategi.

1.4 Perumusan Masalah

Masalah yang terdapat di *Laundry Si Cukil* adalah:

1. Siapa saja pesaing utama dari *Laundry Si Cukil* ?
2. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen dalam memilih *laundry* berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran ?
3. Bagaimana tingkat performansi/kinerja menurut konsumen terhadap *Laundry Si Cukil* berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran?
4. Bagaimana posisi persaingan *Laundry Si Cukil* dan pesaing utamanya menurut persepsi konsumen berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran?
5. Bagaimana *targeting* dan *positioning* saat ini dan usulannya bagi *Laundry Si Cukil*?
6. Usulan apa sajakah yang dapat diberikan kepada *Laundry Si Cukil* agar dapat mengungguli *laundry-laundry* lain yang sudah berkembang?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui siapa saja pesaing utama dari *Laundry Si Cukil*.
2. Mengetahui tingkat kepentingan konsumen dalam memilih *laundry* berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran.

3. Mengetahui tingkat tingkat performansi/kinerja menurut konsumen terhadap *Laundry Si Cukil* berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran.
4. Mengetahui posisi persaingan *Laundry Si Cukil* dan pesaing utamanya menurut persepsi konsumen berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran.
5. Mengetahui *targeting* dan *positioning* saat ini dan usulannya bagi *Laundry Si Cukil*.
6. Mengetahui usulan apa sajakah yang dapat diberikan kepada *Laundry Si Cukil* agar dapat mengungguli *laundry-laundry* lain yang sudah berkembang.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang mengapa dilakukan penulisan ini, identifikasi dari masalah yang terdapat dalam *Laundry Si Cukil*, pembatasan yang digunakan untuk membatasi penulisan laporan ini, perumusan masalah yang dijadikan acuan dalam penulisan ini, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran, yaitu teori bauran pemasaran (7P) yang digunakan untuk membuat kuesioner penelitian, teori strategi pemasaran dengan STP yang dapat membantu memecahkan masalah dalam penulisan laporan penelitian ini dan juga berhubungan dengan topik pada penelitian kali ini mengenai persaingan *laundry*.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah penyusunan laporan penelitian mengenai Analisis Dan Usulan Strategi Persaingan Laundry (Studi Kasus di Laundry Si Cukil Jl Logam No 24 Bandung)”. ini mulai dari penelitian yang dilakukan dengan pembuatan kisi-kisi kuesioner dan pedoman wawancara, penentuan kuesioner penelitian dan pendahuluan, pengujian validitas konstruk, pengujian validitas eksternal dan reliabilitas, metode pengolahan data, usulan strategi persaingan sampai kesimpulan dan saran.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi pengumpulan data yang telah didapat dari hasil pembagian kuesioner pendahuluan dan penelitian, hasil dari wawancara, dan data perusahaan yang diteliti. Data ini kemudian untuk menjadi dasar bagi pengolahan data yang akan dilakukan pada bab 5.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi pengolahan data kuesioner pendahuluan, penelitian, dan wawancara yang telah dikumpulkan dengan menggunakan Uji Hipotesis, IPA, CA dan analisa dari hasil pengolahan data tersebut. Analisa dilakukan agar diperoleh kejelasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah dilakukan analisa diharapkan penulis dapat memberikan usulan dan menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini.

.Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini ditarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan sebelumnya sehingga dapat diketahui strategi pemasaran apa yang tepat bagi *Laundry Si Cukil* untuk mencapai target penjualannya dan dapat mengungguli pesaingnya.