

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis laundry kiloan adalah salah satu bisnis di bidang jasa yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat. Dalam usaha Laundry ini merupakan gagasan yang muncul karena kebanyakan sebagian pelaku bisnis, karyawan, bahkan ibu rumah tangga maupun mahasiswa memilih jasa pencucian Laundry karena praktis dan satu paket dengan setrika. Jadi lebih meringankan beban dari mereka yang tak mengenal waktu untuk mencuci ataupun menyetrika baju kerja maupun baju sehari-hari mereka. Dalam bisnis jasa laundry kian menjadi alternatif bagi para konsumen jasa laundry yang memiliki jadwal padat. Sehingga para konsumen memiliki sedikit waktu untuk mengurus kebutuhan pokok maupun kebutuhan yang lain.

Semaraknya usaha jasa laundry di kalangan masyarakat membuat penasaran dan ingin mengembangkan pelayanan jasa dalam bentuk ini. Adanya kecenderungan gaya hidup yang praktis dan menyerahkan urusan cucian ke jasa laundry. Selain karena perubahan gaya hidup juga karena tuntutan kesibukan yang memakan waktu dan tenaga karyawan, mahasiswa dan bahkan ibu rumah tangga yang tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian dan energi mereka sudah digunakan untuk aktifitas mereka yang padat sehingga lebih memilih menyerahkan pada jasa laundry.

Dalam hal ini disetiap perusahaan jasa laundry memiliki strategi tersendiri dalam meningkatkan volume pendapatan dan meningkatkan

loyalitas pelanggan, serta meningkatkan pelayanan yang optimal untuk membangun loyalitas pelanggan yang tinggi. maka dari itu pelayanan jasa laundry ini harus maksimal untuk meningkatkan jumlah pendapatan dan membangun loyalitas pelanggan di wilayah jombang dan sekitarnya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha “Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.” Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran menurut W. Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Keberhasilan strategi pemasaran suatu usaha dapat dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan pelanggan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung. Sehingga para pelanggan akan merasa senang dengan

produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Adanya kepuasan pelanggan ternyata juga dapat mempengaruhi omset penjualan yang dihasilkan. Jika pelanggan merasa puas akan suatu produk maka permintaan akan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualannya. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu, pelanggan yang kurang puas dengan suatu produk tidak akan membeli ataupun menggunakan lagi produk yang kita tawarkan. Selain itu pelanggan yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada konsumen lain tentang keburukan produk yang mereka dapatkan, sehingga dapat menimbulkan citra buruk di kalangan para konsumen.

Pada zaman yang semakin berkembang saat ini banyak dari perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja. Hal ini membuat persaingan perusahaan dalam melakukan perekrutan pegawai semakin ketat, yang pada akhirnya perusahaan kini tidak hanya memilih pegawai yang bergender laki-laki saja. Kini banyak dari para wanita yang juga menggeluti dunia kerja layaknya laki-laki.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan penulis menyimpulkan beberapa strategi yang telah diterapkan oleh WAROENK LAUNDRY yang bertempat di (Jl.Gubernur Suryo No.50 Jombang). Dalam aspek manajemen dan sumber daya manusia memiliki rencana persiapan seperti toko dan publikasi, pemilihan SDM dan pengelola laundry serta evaluasi kinerja pelayanan. Selain itu persaingan antar jasa laundry juga kuat, dan

perusahaan kini berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan dari pelayanan jasa yang dimiliki. Oleh karena itu penentuan strategi perusahaan dalam pemasaran akan mempengaruhi berhasil tidaknya tujuan akhir dari perusahaan. Jika dalam penentuan strategi pemasarannya kurang tepat dapat berakibat kurang maksimalnya pendapatan yang diperoleh atau bahkan dapat mengalami kerugian, namun jika strategi yang digunakan tepat maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang maksimal.

Dengan adanya fenomena tersebut maka timbul fenomena lain yakni wanita mulai meninggalkan kegiatan mengurus rumah tangga seperti mencuci, memasak, membersihkan rumah dan lain-lain. Melihat hal ini beberapa orang yang kreatif mulai membuka usaha di bidang rumah tangga mulai dari jasa pembantu, jasa laundry (cuci pakaian) dan lain-lain. Dalam hal ini peneliti mengambil salah satu dari usaha dalam bidang jasa di waroenk laundry yang bertempat di jombang untuk dijadikan sebagai objek kajian dalam penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk memilih judul skripsi tentang : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MEINGKATKAN PENDAPATAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA WAROENK LAUNDRY JOMBANG"

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pada WAROENK LAUNDRY di jombang?
2. Bagaimana strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada WAROENK LAUNDRY di jombang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh WAROENK LAUNDRY guna meningkatkan pendapatan.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh WAROENK LAUNDRY dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti :

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dan koreksi akan kekurangan dan kelebihan strategi yang digunakan oleh jasa waroenk laundry agar dapat menentukan kebijakan yang akan diambil dalam strategi pemasaran.

2. Bagi perusahaan :

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai hasil pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta wacana mengenai ilmu pemasaran.