

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan kebutuhan akan adanya laundry di jaman semodern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.

Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Konsep pemasaran yang berkembang pesat membuat produsen bersaing ketat untuk memasarkan produknya. Persaingan di dunia bisnis menjadi hal yang tidak dapat dihindari. Berbagai cara dilakukan untuk menarik minat supaya konsumen sadar terhadap produk yang dipasarkan.

Laundry merupakan salah satu jasa dengan tingkat persaingan yang sangat ketat. Persaingan antar jasa laundry diperkirakan tidak pernah berkurang, karena laundry merupakan jasa yang dibutuhkan konsumen. Hampir setiap manusia membutuhkan laundry untuk membantu kehidupannya. Saat ini laundry dibutuhkan oleh kaum wanita dan pria juga tua dan muda. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya jasa laundry.

Laundry merupakan jasa yang paling diminati konsumen khususnya konsumen di Indonesia sebagai negara berkembang yang mayoritas penduduknya sangat sibuk. Padahal dahulu kebanyakan orang lebih memilih mencuci pakaian sendiri. Banyak masyarakat yang menginginkan kemudahan atau tidak ingin direpotkan dalam mencuci pakaian sehari-hari sehingga jasa laundry menjadi hal yang sering dicari konsumen.

Semakin banyaknya jasa laundry harus disikapi secara selektif oleh konsumen. Banyak laundry yang mempromosikan keunggulan mencuci secara cepat dan bersih. Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan.

Ketatnya persaingan dalam bisnis laundry saat ini membuat para pemilik usaha tersebut bersaing dalam banyak hal agar dapat merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru untuk meningkatkan penjualan. Dalam menciptakan minat beli ulang terhadap suatu produk atau jasa tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Beli ulang merupakan pembelian secara teratur atau berulang. Pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Dalam hal ini perilaku pelanggan akan merespon positif terhadap kualitas produk atau jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

Pada persaingan di era globalisasi saat ini, perusahaan harus secara cermat dalam menetapkan harga pada setiap produknya, karena penetapan harga pada

sebuah jasa akan berdampak langsung terhadap tingkat permintaan produk tersebut. Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dan turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Tetapi pentingnya unsur ini tidak ada artinya jika perusahaan tidak memahami seberapa jauh pengaruh harga terhadap pilihan membeli bagi konsumen dan peranannya dalam menciptakan keunggulan persaingan.

Selain faktor harga, lokasi juga memiliki unsur penting yang mempengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial. Salah memilih lokasi dapat berakibat fatal bagi perusahaan. Perusahaan harus menyadari sebelum konsumen mengambil suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa, konsumen akan sangat mempertimbangkan faktor lokasi yang sesuai. Maka untuk itu para pelaku bisnis harus mempertimbangkan hal - hal strategis dalam penentuan lokasi. Karena lokasi yang strategis berkaitan dengan minat beli konsumen dan pembelian ulang dari konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Untuk meningkatkan minat beli ulang terhadap produk perusahaan, tentunya perusahaan perlu melakukan strategi promosi. Salah satunya melalui promosi penjualan. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan

pertukaran dalam pemasaran. Kreativitas kegiatan promosi penjualan menjadi sesuatu yang sangat penting bagi pihak manajemen.

Jasa Memey Laundry yang berlokasi di Jl. raya Driyorejo no.98 seberang balai desa Driyorejo atau timur Wing's Surya telah menyediakan fasilitas laundry kiloan dan dry clean. Usaha laundry ini sejak awal berdirinya yaitu pada tahun 2008, selalu berusaha untuk mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memiliki fasilitas berupa 5 unit mesin cuci dan 2 unit setrika serta alat dry clean sendiri. Adanya perawatan khusus bagi pakaian yang tidak bisa menggunakan mesin cuci dengan harga yang ditawarkan.

Selain itu, laundry ini memakai deterjen cair dan pewangi unggulan produk khas laundry yang sesuai selera para pelanggan sehingga menjadikan keunggulan bersaing tersendiri bagi Memey laundry ini. Keputusan pembelian akan banyak ditentukan dari strategi yang digunakan Memey laundry yang memang secara jelas dan berkualitas. Harga, lokasi dan kreativitas kegiatan promosi penjualan menjadi sesuatu yang penting bagi pihak manajemen. Dapat di katakan bahwa dari segi harga yang di tetapkan jasa Memey laundry ini memang relatif lebih mahal dibandingkan pesaing laundry dan harga tersebut di anggap masih terlalu mahal bagi masyarakat dalam menggunakan jasa Memey laundry.

Dari segi lokasi, lokasi Memey laundry sendiri adalah lokasi yang strategis. Dimana laundry ini berada ditepi jalan, dekat dengan fasilitas umum, terdapat banyak rumah kos yang mengelilinginya, adanya angkutan umum yang sering lalu lalang di depan laundry yang mempermudah akses menuju Memey laundry,

ditempat sekitar terdapat perusahaan-perusahaan besar seperti perusahaan Wing's, perusahaan Miwon, dan perusahaan berkembang lainnya. dengan penduduk yang padat akan membawa dampak positif bagi usahanya dimana penduduk sekitar bekerja di perusahaan yang mempunyai waktu kerja padat sehingga mereka menyerahkan urusan dalam pencucian kepada jasa Memey laundry. Namun kini mulai banyak yang membuka usaha sejenis disekitar wilayah tersebut.

Faktor penting promosi penjualan dalam mewujudkan tujuan perusahaan meliputi potongan harga (diskon), brousur, banner lokasi, jasa antar jemput, memberikan kupon gratis pencucian setelah 10 kali mencuci sesuai ketentuan yang telah disepakati. Serta penggunaan strategi dimana telah dilakukan penyebaran tempat pengumpulan cucian kotor di daerah - daerah yang cukup jauh dari tempat usaha sehingga tak membuang waktu hanya untuk ambil cucian dalam kapasitas sedikit.

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu jasa, konsumen tersebut telah memiliki perilaku loyal, rasa puas dan komitmen terhadap jasa tersebut. Demikian pula dengan laundry ini yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan konsumen maupun calon konsumen untuk berminat menggunakan jasa Memey laundry.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap beli ulang pada konsumen di Memey laundry. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian

dengan judul “ PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP BELI ULANG KONSUMEN JASA “MEMEY LAUNDRY” DI DRIYOREJO - GRESIK.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah harga, lokasi, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap beli ulang konsumen jasa “Memey Laundry” di Driyorejo - Gresik?
2. Apakah harga, lokasi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap beli ulang konsumen jasa “Memey Laundry” di Driyorejo - Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga, lokasi dan promosi secara simultan terhadap beli ulang konsumen jasa “Memey Laundry” di Driyorejo - Gresik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga, lokasi dan promosi secara parsial terhadap beli ulangkonsumen jasa “Memey Laundry” di Driyorejo - Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi:

1. **Manfaat Teoritis:**

Hasil dari peneliti ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman bagi wirausahawan tentang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan harga, lokasi dan promosi yang akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian ulang jasa yang telah ditawarkan.

2. **Manfaat Praktis:**

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran sehingga perusahaan dapat menentukan langkah - langkah kebijakan yang akan di ambil dalam menghadapi persaingan antar perusahaan sejenis.

b. Bagi Universitas Wijaya Putra

Sebagai suatu hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi peneliti atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

c. Bagi Peneliti

Sebagai pembelajaran secara teori dan praktisi dari hasil penelitian yang dilaksanakan dalam merealisasikan ilmu pemasaran dalam bidang usaha barang maupun jasa.