

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi pemasaran tentunya sangat diperlukan perusahaan khususnya bagi perusahaan yang menyediakan layanan jasa. Layanan jasa yang dimaksud secara tidak langsung akan mempermudah kehidupan sehari-hari khususnya bagi orang yang dalam sehari hanya menghabiskan waktu dengan berkegiatan di luar rumah dan beristirahat. Komunikasi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan sebuah loyalitas yang merupakan proses komunikasi yang membutuhkan perencanaan, penciptaan, integrasi dan implementasi beberapa bentuk bauran promosi (periklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi) yang dikeluarkan dari waktu ke waktu kepada konsumen dan calon konsumen. Objek komunikasi pemasaran pada akhirnya mempengaruhi secara tidak langsung atau langsung oleh perilaku *audiens* target komunikasi.

Komunikasi pemasaran mensyaratkan bahwa semua media komunikasi disampaikan oleh merek pesan yang konsisten. Proses komunikasi pemasaran selanjutnya membutuhkan pelanggan/prospek yang merupakan titik awal untuk menentukan jenis pesan dan media terbaik yang mampu menginformasikan dan mendorong tindakan yang diharapkan (Octaviani & Setyanto, 2019).

Yogyakarta merupakan salah satu kota pelajar di Indonesia karena didalamnya memiliki banyak Universitas maupun Sekolah tinggi. Berdasarkan yang penulis amati dari *website* Kompas.com menurut (Kurniawati, 2006) untuk saat ini belum ada yang berhasil menemukan penelitian yang mengungkap alasan mengapa julukan kota pendidikan atau kota pelajar melekat pada Yogyakarta, pada penelitian yang dilakukan Kurniawati julukan tersebut tidak ada kaitannya dengan pola tradisional melainkan pendidikan modern. Citra Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan kota pelajar sangat dipengaruhi oleh simbol-simbol pendidikan di kota tersebut. Simbol-simbol ini adalah realitas fisik dan sosial. Simbol-simbol fisik yang mempengaruhi julukan "Kota Pelajar" dapat dilihat di berbagai pusat pendidikan di Yogyakarta. Basis pendidikan yang lengkap akan menarik para pelajar untuk menimba ilmu di kota ini.

Yogyakarta yang merupakan kota pelajar tersebut menjadikan warga sekitar mencoba mengambil kesempatan dengan membangun sebuah bisnis yaitu jasa *laundry*. Tetapi terkadang mahasiswa sulit untuk memilih jasa *laundry* yang akan digunakan, banyak juga bisnis *laundry* yang membuka gerai bersebelahan. Karena banyaknya kompetitor perusahaan diharuskan memiliki sesuatu hal yang berbeda dibanding kompetitornya, seperti pada kehidupan mahasiswa yang memilih tinggal di kos dimana yang harusnya memiliki tugas hanya belajar dan mengikuti organisasi kampus. Mahasiswa yang memiliki kesibukan yang padat pastinya tidak memiliki waktu yang banyak untuk mencuci pakaian karena setiap mahasiswa yang memiliki waktu

luang akan digunakan untuk beristirahat, mengerjakan tugas, atau mungkin sekedar berkumpul dengan teman-teman. Kebanyakan mahasiswa memiliki kebiasaan selalu menginginkan segala sesuatu serba cepat dan praktis seperti dalam (Setya, Kompas.com, 2020) gaya hidup yang serba praktis dan instan berawal dari kebiasaan orang yang tidak suka maupun tidak mau menunggu untuk mendapatkan sesuatu. Perubahan yang terjadi pada saat ini menyesuaikan dengan kebutuhan gaya hidup pada generasi milenial. Oleh karena itu, kemajuan yang terjadi pada saat ini dijadikan peluang untuk para inovatif agar menghadirkan temuan baru untuk memudahkan penggunaannya. Selain itu, mungkin bisa saja karena di kos tempat tinggal mereka mempunyai fasilitas yang belum memadai contohnya seperti tidak memiliki tempat untuk mencuci baju yang mengharuskan orang tersebut harus menggunakan jasa *laundry*.

Jasa laundry kiloan merupakan jasa pencucian pakaian yang harganya ditentukan oleh berat cucian dalam satuan kilogram. *Laundry* merupakan salah satu yang paling banyak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan adanya jasa *laundry* sangat memudahkan para mahasiswa, pekerja, atau siapapun yang membutuhkan dalam hal kegiatan mencuci pakaian. Kebanyakan para pengusaha jasa *laundry* mematok harga yang cukup terjangkau sehingga banyak yang memilih jasa *laundry* dibanding mencuci pakaian sendiri yang tentunya lebih hemat tenaga dan hemat waktu. Semakin sibuknya seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari terutama untuk seseorang yang bekerja dalam seharian penuh, menuntut untuk dapat

mengatur waktunya sebaik mungkin. Tidak banyak orang yang dapat membagi waktunya dengan sempurna apalagi dalam sesuatu yang dianggap remeh namun sebenarnya berpengaruh besar. Aktivitas yang bisa dibilang sedikit mengeluarkan tenaga namun membawa pengaruh besar yaitu aktivitas mencuci pakaian. Tidak banyak orang dikota besar yang memiliki kemampuan membagi waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri. Dan kebanyakan orang pada pagi hari sibuk mempersiapkan diri untuk berangkat menuju tempat kerja dan pulang larut malam dimana waktu tersebut digunakan untuk istirahat.

Dengan fenomena Laundry Coin Spin & Brew hadir dengan sistem yang berbeda yaitu hanya menunggu 2 jam cucian sudah selesai dimana hal tersebut berbeda dengan *laundry* pada umumnya. Laundry Coin Spin & Brew merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam layanan jasa cuci kiloan. Memaksimalkan kualitas jasa dalam mempertahankan pelanggan adalah salah satu hal yang paling utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Laundry Coin Spin & Brew sudah menyediakan beberapa paket yang diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mencuci pakaian dengan harga yang terjangkau dan proses yang sangat cepat karena *laundry* ini memiliki sistem *coin* yang hanya dengan waktu 3 jam cucian bisa dibawa pulang.

Perbedaan Laundry Coin Spin & Brew dengan para pesaing yang ada di kota Yogyakarta yaitu, Papticilo Laundry *express* perusahaan tersebut memiliki harga lebih mahal yaitu Rp.10.000/4Kg, sedangkan Laundry Coin Spin & Brew memiliki harga Rp.10.000/5Kg sudah mendapatkan jasa lipat



pakaian, kemudian Cleanpro Laundry Express perusahaan tersebut tidak memiliki jasa antar jemput atau *delivery* sedangkan Laundry Coin Spin & Brew memiliki jasa antar jemput dan tidak dipungut biaya, lalu yang terakhir Koin Laundry PakCik perusahaan tersebut tidak menyediakan jasa setrika sedangkan Laundry Coin Spin & Brew memiliki jasa setrika dengan tarif Rp.5.000/5Kg. Hal ini yang mungkin dapat membuat konsumen lebih memilih Laundry Coin Spin & Brew dibandingkan *laundry* yang lain.

Setiap perusahaan sangat memperhatikan hubungan dengan konsumen. Salah satu caranya adalah dengan membangun loyalitas pelanggan. Retensi pelanggan memiliki dampak yang sangat positif pada bisnis. Karena kenyamanan pelanggan hanya dapat dibangun dengan loyalitas suatu perusahaan terhadap konsumennya. Loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu entitas (merek, layanan, toko atau pemasok) dan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan berfokus pada urutan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, seperti proporsi dan kemungkinan pembelian. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang digunakan untuk mengukur pembelian kembali (Selang, 2013).

Beberapa jenis kegiatan pemasaran yang penting digunakan pada perusahaan jika ingin meningkatkan loyalitas pelanggan, ada empat jenis kegiatan pemasaran yang penting digunakan pada perusahaan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, yaitu: mengembangkan program loyalitas, mempersonalisasikan pemasaran, membangun hubungan

institusional, dan memenangkan kembali (Kotler & Keller, 2009). Perusahaan yang menginginkan tetap bertahan di pasar harus bersedia mempersiapkan kepuasan konsumen sedangkan konsumen yang puas tidak akan hanya melakukan pembelian secara berulang tetapi akan mendatangkan pelanggan baru. Maka dari itu pemilik perusahaan harus menyediakan kualitas produk yang baik.

Dengan fenomena yang dipaparkan di atas, penulis sangat tertarik memperdalam pentingnya meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menjalankan usaha untuk mencapai tujuan yang diharapkan, karena banyaknya usaha *laundry* kiloan di sekitar Jogja dan masih langka menemukan usaha *laundry* yang menggunakan sistem *coin*. Masalah lain adalah kesulitannya dalam mempertahankan pelanggan tetap. Dimana pelanggan tetap yang dimaksud di sini adalah pelanggan yang menjalin keterikatan dengan perusahaan untuk pelanggan untuk menggunakan layanan cuci berulang kali dan bisa mendatangkan pelanggan baru. Menerapkan strategi mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap suatu bisnis bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kesinambungan suatu perusahaan guna memperoleh hasil maksimal.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi komunikasi pemasaran apa yang dilakukan Laundry Coin Spin & Brew untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memaparkannya kedalam bentuk skripsi dengan judul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Laundry Coin Spin & Brew Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*".

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Laundry Coin Spin & Brew dalam meningkatkan loyalitas pelanggan?

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun beberapa batasan masalah agar skripsi ini lebih terfokus dan terperinci sehingga mencapai tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah di tingkatkan.
2. Strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Laundry Coin Spin & Brew.
3. Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu narasi deskriptif dimana penulis menjelaskan variabel-variabel yang dimaksud pada penulisan skripsi ini.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Laundry Coin Spin & Brew untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu manfaat teoritis dan praktis adapun manfaatnya sebagai berikut.

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk pemasaran cara menambah jumlah pelanggan berkat komunikasi pemasaran.

### 1.5.2 Manfaat praktis

#### 1. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan gambaran, panduan atau rekomendasi bagi para praktisi manajemen yang mengatur bisnisnya, terutama yang berkaitan dengan objek penelitian dalam masalah strategi meningkatkan loyalitas pelanggan dan harus menjadi sumbangan ide untuk penelitian selanjutnya.

#### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini hendaknya dijadikan sebagai salah satu pertimbangan untuk menentukan langkah dan strategi yang tepat untuk Laundry Spin & Brew dalam mempertahankan loyalitas pelanggan memperluas pangsa pasar dan penjualan jasa di masa mendatang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan, keseluruhan perancangan sistem ini dibagi menjadi lima bab dengan pokok pikiran dari tiap-tiap bab sebagai berikut:



## **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

## **BAB II Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan teori – teori yang menunjang dalam pembuatan laporan penelitian antara lain strategi komunikasi pemasaran dan loyalitas pelanggan.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis penulisan, subjek, objek penelitian, lokasi, waktu pengambilan data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

## **BAB IV Pembahasan**

Bab ini berisi gambaran umum objek penulisan dan pembahasan dari permasalahan yang diangkat oleh penulis yaitu “*Strategi Laundry Coin Spin & Brew dalam Komunikasi Pemasaran untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”.

## **BAB V Penutup**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang penulis dapatkan selama melakukan penelitian di Laundry Coin Spin & Brew.

**Daftar Pustaka**

Daftar pustaka merupakan bagian akhir dari skripsi yang berisi sumber literatur, baik buku maupun artikel internet yang menjadi acuan untuk digunakan dalam pembuatan skripsi ini.

