

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ditengah era teknologi ini tingkat persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus menentukan bentuk pemasaran produk atau jasa yang baik agar mencapai tujuan perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki berbagai macam usaha salah satunya adalah dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Perusahaan merencanakan berbagai macam strategi pemasaran agar konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Di era saat ini sebuah perusahaan harus dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk memasarkan produknya. Teknologi dan media sosial saat ini sering digunakan oleh perusahaan sebagai sarana penghubung dari suatu perusahaan ke pelanggannya melalui media sosial yang dikelola seperti *instagram*, *whatsapp* dan media sosial yang lainnya. Selain untuk memasarkan, hal tersebut juga dapat memudahkan perusahaan mendengarkan apa yang pelanggan keluhkan dan inginkan.

Setelah menentukan strategi pemasaran, sebuah perusahaan juga dituntut untuk mengatur strategi lainnya seperti mengatur *marketing mix* yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (saluran distribusi), *people* (partisipan), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik) atau sering biasa disebut dengan *marketing mix 7P* (Sukotjo & Sumanto Radix A., 2010). Sebuah perusahaan harus bisa mengatur hal-hal tersebut untuk menjalankan bisnisnya agar dapat berjalan lancar dan terus berkembang. Apabila sebuah perusahaan tidak memiliki strategi dan tidak bisa mengatur hal-hal tersebut tentu akan mengalami kalah bersaing sehingga dapat menyebabkan kebangkrutan.

Contoh kebangkrutan perusahaan yang menggembarkan adalah perusahaan Nokia yang pernah menguasai pasar di era tahun 2000-an awal namun mulai mengendur pada tahun 2007. Dianalisis dalam halaman

KOMPAS.com (Pertiwi, 2021) penyebab kebangkrutan Nokia terdapat konflik internal antara atasan dan bawahan dan tidak mengikuti perkembangan jaman. Kemudian untuk contoh perusahaan yang menerapkan *marketing mix 7P* dengan baik adalah Warna Indonesia Studio Foto yang sudah ada sejak tahun 2008 dan masih eksis hingga saat ini. Penerapan *marketing mix 7P* yang dilakukan studio ini adalah dengan membuka empat cabang studio foto dan memiliki banyak *background* yang berbeda-beda. Selain itu, studio ini juga memberikan fasilitas yang banyak untuk konsumen.

Dalam menjalankan sebuah usaha, strategi pemasaran sangat penting karena memiliki banyak manfaat untuk kehidupan perusahaan kedepannya. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat, akan membuat pelanggan lebih mengenal dan tahu apa saja yang perusahaan tawarkan. Namun sebaliknya, apabila perusahaan tidak dapat menjalankan strategi pemasaran dengan baik maka akan terjadi sebaliknya. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memberikan hal-hal yang terbaik seperti ada harga ada kualitas, memberikan promosi, pelayanan dan fasilitas yang berkualitas dan lain-lain.

Salah satu jenis usaha yang bersaing dengan ketat di era teknologi ini adalah studio foto. Di Indonesia kini banyak bermunculan studio foto yang menyediakan jasa untuk mengabadikan moment penting berupa gambar atau video. Masyarakat di Indonesia juga sangat senang dalam mengabadikan moment penting mereka khususnya apabila pengalaman tersebut pertama kali atau sekali seumur hidup. Oleh karena itu, sebuah perusahaan studio foto di tuntut untuk memiliki strategi yang berbeda-beda untuk mendapatkan peluang tersebut. Strategi tersebut seperti fokus memberikan dengan harga murah, fokus mengubah dan memperbaiki *background* studio foto, menambah fasilitas jasa foto, mengadakan *event* untuk konsumen dan strategi yang lainnya.

Salah satu perusahaan studio foto di Indonesia khususnya di wilayah Yogyakarta yang melakukan berbagai strategi komunikasi pemasaran adalah Lunanuova Studio. Lunanuova studio adalah studio foto yang beralamat di Jalan KH. Hasyim Asyari, kec. Bantul yang sudah berdiri sejak tahun 2019.

Visi dari Lunanuova Studio adalah menjadi penyedia jasa foto dan video unggulan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dengan harga terjangkau, secara profesional dan penuh rasa tanggung jawab atas kepuasan pelanggan. Sedangkan misinya adalah memberikan pelayanan yang maksimal dengan harga terjangkau, meningkatkan pelayanan secara berkala sesuai perkembangan, memberikan kualitas sumber daya manusia dan teknologi sesuai tuntutan konsumen dan meningkatkan sarana dan prasarana.

Lunanuova studio menawarkan beranekaragam produk seperti studio foto, foto wisuda, foto *prewedding*, foto *wedding*, foto produk, foto *family* dan lain-lain. Apabila dibandingkan dengan studio lain, Lunanuova Studio belum bisa dikatakan sudah sempurna. Selain itu, lokasi dari Lunanuova Studio juga cukup jauh dari pusat kota Yogyakarta. Akan tetapi kondisi ini tidak mempengaruhi pihak manajemen studio tersebut untuk terus meningkatkan fasilitas, kualitas dan pelayanan agar meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dari usaha untuk melengkapi fasilitas dan pelayanan seperti *photo book*, cetak foto, antar cetakan, promo, *wedding organizer*, MUA dan paket lengkap lainnya.

Keberhasilan Lunanuova Studio dalam melakukan berbagai strategi pemasaran ini terbukti dari banyaknya masyarakat menggunakan jasa studio ini dalam mengabadikan momentnya. Diambil dari data yang di *upload* melalui *instagram @lunanuovastudio_*, Lunanuova Studio mendapatkan proyek *prewedding* dan *wedding* 419 proyek, foto studio 2.327 proyek dan proyek lain-lain 237 proyek sehingga total proyek Lunanuova Studio di tahun 2021 sebanyak 2983 proyek dan mendapatkan komplain sebanyak 127 komplain dengan *presentase* komplain selama tahun 2021 adalah 4,3%. Kemudian konsumen Lunanuova studio rata-rata adalah remaja khususnya mahasiswa-mahasiswi dan pasangan muda sehingga target pasar Lunanuova sudah tercapai. Konsumen Lunanuova studio juga memberikan penilaian baik dan tidak jarang juga konsumen Lunanuova menggunakan jasanya lagi untuk mengabadikan moment-moment konsumen yang lain. Dengan data tersebut

terbukti bahwa Lunanuova studio dalam menjalankan usahanya sudah dengan baik.

Gambar 1. Jumlah Project Prewedding dan Wedding Lunanuova Studio 2021



Lunanuova studio dipilih peneliti karena studio ini merupakan salah satu studio terbaik dari segi pelayanan dan pemasarannya. Lunanuova studio juga merupakan studio yang baru berdiri karena studio ini muncul pada tahun 2019 namun hingga sekarang masih bertahan dan mampu bersaing dengan studio

yang ada di Yogyakarta. Selain itu, letak lokasi studio ini juga jauh dari pusat kota namun banyak pelanggan yang rela datang jauh untuk mengabadikan moment pentingnya mereka di Lunanuova Studio. Kebaruan dalam penelitian ini adalah terdapat pemanfaatan perkembangan teknologi seperti menggunakan sosial media untuk melaksanakan komunikasi pemasaran dengan biaya yang relatif murah dan mudah dalam penggunaannya yang tidak ada pada penelitian terdahulu, objek pada peneliti terdahulu masih menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang cukup mahal namun hasil masih kurang efektif karena menggunakan media lama. Selain itu, kebaruan dalam penelitian ini adalah objek ini menggunakan sosial media untuk memanfaatkan konsumen dengan melakukan pertukaran sosial langsung untuk mendapatkan timbal balik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Lunanuova Studio dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Lunanuova Studio dalam meningkatkan loyalitas pelanggan?”

1.3 Batasan Masalah

Agar peneliti dalam menyusun laporan skripsi ini dapat terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai maka diperlukan batasan-batasan masalah dalam pembahasannya. Adapun yang menjadi batasan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian di lakukan di Lunanuova Studio.
- b. Subjek penelitian pernah datang ke lokasi Lunanuova Studio dan berumur 20-30 tahun.
- c. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Lunanuova Studio untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

- d. Strategi pertukaran sosial langsung yang dilakukan oleh Lunanuova Studio

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana strategi komunikasi pemasaran Lunanuova Studio dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran, komunikasi pemasaran dan pertukaran sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

1.5.2.1 Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan kepada Lunanuova Studio pentingnya strategi komunikasi pemasaran agar dapat bersaing dan menjadi unggul dalam menjalankan usaha dan memberi masukan untuk memanfaatkan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat.

1.5.2.2 Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dapat memudahkan masyarakat mendapatkan informasi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat bagi yang memiliki usaha untuk memiliki keunggulan dalam bersaing.

1.7 Sistematika Bab

BAB I : PENDAHULUAN

Isi dalam bab I ini terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika bab

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Isi dalam bab II ini terdiri atas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Isi dalam bab III ini peneliti mengemukakan metode yang dilakukan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi dalam bab IV ini menguraikan hasil-hasil dari tahap penelitian mulai dari analisis hingga hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Isi dari bab V ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.