

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi, termasuk di negara Indonesia. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pemerataan ekonomi. UMKM seringkali menghadapi tantangan besar dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan besar dan merek terkenal. Maka dari itu, mereka perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing dan bertahan di pasar yang kompetitif.

Usaha layanan laundry menjadi usaha yang semakin dicari oleh masyarakat, menciptakan potensi pasar yang besar bagi UMKM di sektor jasa ini. Pola konsumsi masyarakat, terutama di kota-kota besar seperti Depok, telah berubah seiring dengan perubahan gaya hidup yang praktis dan perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi juga telah mengubah bisnis laundry. Penyediaan layanan laundry *online*, penggunaan aplikasi, dan penerapan teknologi telah menjadi tren yang mendorong efisiensi dan kenyamanan bagi konsumen. Dalam konteks ini, Rumah Cuci Rinjani perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat dimanfaatkan dalam strategi pemasaran untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berkembang. Konsumen tidak hanya mencari kualitas pelayanan yang baik, tetapi juga menginginkan kemudahan, kecepatan, dan inovasi dalam layanan laundry.

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan bagaimana strategi pemasaran yang tepat pada usaha Rumah Cuci Rinjani. Dalam hal ini termasuk penetapan harga yang sesuai, promosi yang efektif, distribusi yang efisien, dan pengembangan produk atau layanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pemasukan dalam usaha laundry ini. Di sisi lain, terdapat beberapa usaha laundry yang beroperasi di sekitar Rumah Cuci Rinjani menjadi salah satu hal yang harus di hadapi untuk meningkatkan daya saing. Hal tersebut dikarenakan tempat yang strategis yang memungkinkan banyak orang yang mendirikan usaha salah satunya yaitu usaha laundry.

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan dan Pemasukan Rumah Cuci Rinjani

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Pemasukan
1	Januari	261	Rp. 6.631.970
2	Februari	213	Rp. 5.124.190
3	Maret	247	Rp. 6.509.960
4	April	172	Rp.4.456.020

Sumber : Rumah Cuci Rinjani, 2024

Rumah Cuci Rinjani merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa yang berada di Kota Depok. Dari data tersebut bahwa jumlah pelanggan berbeda di setiap bulannya pada tahun 2024. Dalam meningkatkan jumlah pelanggan saat ini usaha laundry Rumah Cuci Rinjani menyediakan layanan antar jemput dan pembayaran melalui *Qris* atau transfer untuk memudahkan para pelanggan. Namun, hal tersebut belum cukup untuk mengembangkan sebuah usaha dalam bidang jasa ini. Guna mempertahankan bisnis usaha Rumah Cuci Rinjani memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan keunggulan bersaing, dan mempertahankan keberlangsungan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Agar siklus bisnis dapat bertahan dan berkembang, UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia.

Di dalam dunia persaingan bisnis perlu adanya strategi pemasaran. Perlu adanya strategi pemasaran yang baik agar bisnis tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Pada Usaha Laundry Rumah Cuci Rinjani Depok**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan atas permasalahan yang muncul, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut.

1. Kurangnya sumber daya yang diperlukan.
2. Tingkat persaingan yang semakin ketat.
3. Strategi pemasaran yang diterapkan Rumah Cuci Rinjani belum terlaksana secara maksimal sehingga pemanfaatannya kurang dirasakan dalam kegiatan usaha.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi rumusan masalah dalam pembahasan ini sebagai berikut.

1. Apa saja faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dari usaha Rumah Cuci Rinjani?
2. Bagaimana identifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dari usaha Rumah Cuci Rinjani untuk menghadapi persaingan?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran pada Rumah Cuci Rinjani berdasarkan matriks SWOT?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dari usaha Rumah Cuci Rinjani.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dari usaha Rumah Cuci Rinjani untuk menghadapi persaingan.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada Rumah Cuci Rinjani berdasarkan matriks SWOT.

1.5. Manfaat Penelitian.

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan untuk membanding teori dan praktik sehingga dapat menambah wawasan yang sangat berguna bagi penulis di bidang pemasaran.

2. Bagi STIE GICI

Diharapkan dapat menambah referensi pada kepustakaan STIE GICI terutama dalam bidang pengembangan Ilmu Manajemen Strategi Pemasaran.

3. Bagi Pengusaha

Pelaku usaha diharapkan dapat mengambil langkah yang tepat untuk memulihkan pemasaran di bidang jasa sehingga dapat tetap terus bertahan usahanya.

4. Bagi Pembaca

Hasil ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi guna menambah pengetahuan, menjadi bahan pertimbangan, perbandingan, dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi, penulis membagi menjadi beberapa subbab diantaranya sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang mendukung sesuai judul skripsi yang berupa pengertian yang diambil dari beberapa buku, jurnal, maupun website.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran hasil penelitian dan pembahasan akan sebuah fenomena atau topik yang ada dalam penelitian sehingga penelitian akan lebih banyak mengandung deskripsi.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan hasil akhir penulisan skripsi yang telah penulis susun dan saran atau masukan bagi pihak atau obyek dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, dan rujukan referensi yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.