

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pertumbuhan perekonomian di zaman yang modern dan serba digital ini membuat kebutuhan manusia mulai beragam, bukan hanya kebutuhan primer seperti makan dan minum, kebutuhan sekunder seperti pakaian juga sudah mulai bergeser menjadi sebuah gaya hidup. Banyak orang sudah mulai memperhatikan pakaian yang digunakan agar dapat menunjang penampilannya. *Fashion* adalah perpaduan dari gaya dengan desain yang cenderung digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang mampu memberi kenyamanan dan membuat penggunaannya lebih baik pada satu kurun waktu tertentu. Maka dari itu, banyak pengusaha yang mulai membangun bisnis dibidang *fashion*.

Sepatu merupakan salah satu penunjang kebutuhan *fashion* yang perkembangan *tren*-nya pesat di masyarakat Kota Bogor, hal ini didukung dengan perkembangan perubahan *fashion* sepatu yang semakin bervariasi. Banyaknya model sepatu yang bervariasi ini membuat masyarakat lupa terhadap pentingnya perawatan sepatu, seperti acuh dengan kondisi sepatu yang digunakannya. Hal ini bisa disebabkan karena keterbatasan waktu atau tidak mengetahui tentang bagaimana seharusnya sepatu tersebut dirawat dan diperlakukan dengan baik dan benar, padahal Sepatu merupakan termasuk kebutuhan wajib yang digunakan saat berpergian, sekolah, maupun bekerja.

Saat ini melihat dari banyaknya masyarakat Indonesia akan ketertarikannya pada perawatan sepatu, menjadikan peluang bisnis bagi para pebisnis untuk memulai usaha di bidang ini. *Laundry* sepatu atau jasa cuci sepatu di Indonesia baru ramai diperbincangkan pada tahun 2014. Bisnis ini mulai marak dan tersebar luas hampir diseluruh kota-kota besar di Indonesia. Para pebisnis ini berlomba-lomba untuk menarik perhatian calon konsumennya dengan melakukan pengembangan inovasi-inovasi yang sudah ada. Segmentasi yang dituju pun sangatlah cocok dan efektif karena melihatnya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat tetapi minimnya waktu untuk merawat sepatu yang notabene nya adalah kebutuhan yang wajib dan harus digunakan saat berpergian, sekolah, dan bekerja. Hal ini dimanfaatkan oleh sebagian orang menjadi sebuah peluang usaha. Dan pada akhirnya mulai bermunculan

berbagai jenis *laundry* sepatu yang dikhususkan hanya untuk sepatu dengan ragam merek usaha yang telah beredar.

Pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha. Di mana sebuah perusahaan harus mampu bertahan dengan merancang strategi yang tepat dan memperluas inovasi untuk dapat memenangkan persaingan. Salah satu kunci agar perusahaan selalu dapat bersaing mempertahankan eksistensinya adalah dengan cara memperkuat manajemen pemasaran yang sebelumnya telah dilakukan serta mengembangkan metode baru yang dirasa lebih tepat.

Manajemen pemasaran dapat dikatakan sebagai jantungnya sebuah perusahaan dan merupakan sebuah unsur yang sangat vital keberadaannya, sehingga setiap perusahaan perlu terus menggali manajemen pemasaran yang ada untuk meningkatkan proporsi nilai supaya lebih berkembang. Manajemen pemasaran memiliki peran yang cukup penting, yakni sebagai pemenuh kepuasan konsumen, pencipta pelanggan baru, serta pengelola citra produk agar tetap baik di mata publik. Manajemen pemasaran menjadi salah satu faktor strategis untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Tanpa adanya manajemen pemasaran, dapat dipastikan bahwa perusahaan baik itu yang bergerak pada bidang jasa, kuliner, kesehatan, kecantikan, maupun yang lainnya tidak akan bisa berjalan semestinya sesuai dengan harapan.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ini. Salah satu faktor yang mampu mempengaruhi keputusan ini bisa berupa faktor dari dalam diri konsumen ataupun dari luar, faktor dari luar bisa berupa rangsangan-rangsangan dari para pelaku bisnis yaitu bisa berupa citra merek perusahaan, promosi-promosi yang dilakukan, bisa juga karena pengaruh orang-orang disekitar calon konsumen.

Di Bogor saat ini sudah banyak bermunculan berbagai jenis *laundry* sepatu, berikut adalah perusahaan jasa dibidang *laundry* sepatu di Kota Bogor.

Tabel 1.1. Data Jasa Reparasi *Laundry* Sepatu di Kota Bogor

NO.	PERUSAHAAN	ALAMAT
1.	Salon Spokat	Jalan Sukahati Blok Cb 2
2.	Top Shoe Repairs	Jalan Bogor Indah Plaza Lantai 2
3.	Doctor Shoes Bogor	Jalan Villa Bogor Indah Blok BB2
4.	M&Y Reparasi Sepatu	Jalan Tugu Macan, Ragajaya
5.	Safa Shoes Care	Jalan Kebon Pedes
6.	Mr. Shol	Jalan Alternatif Sentul, Cijujung
7.	Holykickz	Jalan Soleh Iskandar No. 01
8.	Sekilap Shoes Lab	Jalan Fisika No. 02
9.	Clean First Shoes	Jalan Kolonel Enjo No. 16
10.	Dream Clean Shoes	Jalan Perintis No. 09

Sumber: Google

Tabel di atas menunjukkan bahwa Kota Bogor memiliki jasa *laundry* dan *reparasi* sepatu yang cukup tinggi. Hal ini dapat membuat para pelaku usaha terus memutar otak untuk dapat mempertahankan usahanya menjadi yang terbaik dari semua kompetitor yang ada di Kota Bogor. Memberikan kepuasan yang penuh terhadap konsumen merupakan harapan dari setiap perusahaan. Sebab kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor kunci bagi kesuksesan sebuah perusahaan. Keberhasilan strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan juga dapat dilihat dari seberapa tinggi tingkat kepuasan konsumen yang terpenuhi.

Doctor Shoes adalah usaha *franchise* yang bergerak dibidang jasa *laundry* sepatu yang bergabung pada tahun 2021 di kota Bogor. Doctor Shoes dalam usahanya membuka jasa seperti cuci sepatu, pewarnaan ulang, semir sepatu, *unyellowing* atau menghilangkan noda yang disebabkan karena oksidasi (menguning). Tak hanya melayani jasa cuci sepatu saja, Doctor Shoes juga dapat melayani jasa reparasi atau perbaikan jika sepatu tersebut perlu untuk diperbaiki. Toko Doctor shoes ini berada di Villa Bogor Indah Blok BB2.

Doctor Shoes melakukan perawatan sepatu secara *professional*, dengan teknik khusus, serta menggunakan alat dan bahan premium untuk perawatan sepatu, baik produk lokal maupun luar negeri. Selain melayani perawatan sepatu, Doctor Shoes paham bahwa edukasi sangatlah penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Maka dari itu, Doctor Shoes memberikan tips-tips perawatan sepatu dan kualitas pada

akun media sosialnya. Kini, Doctor Shoes tidak hanya menangani sepatu, tetapi juga tas, dompet, dan topi.

Munculnya kompetitor jasa *laundry* sepatu yang semakin banyak berdatangan melalui media *online* dan di lapangan yang mana Doctor Shoes ini membutuhkan berbagai cara agar loyalitas konsumen terjaga dan meningkat. Pada dasarnya promosi merupakan suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Dengan promosi, perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Doctor Shoes dalam usahanya melakukan pengenalan jasa dengan memanfaatkan fitur yang tersedia pada media sosial saat ini, namun penerapan promosi yang dilakukan kurang *intens* seperti tidak memanfaatkan fitur video promosi, *reels*, maupun *live* pada saat mereka sedang melaksanakan aktivitas perawatan sepatu, juga media sosial yang digunakan hanya Facebook dan Whatsapp. Praktik yang dilakukan hanya melalui unggahan *feed* dan *story* dengan memperlihatkan hasil *before* dan *after*. Berikut contoh unggahan Facebook pada Doctor Shoes, dari postingan tersebut dilakukan juga fitur *Story* dengan metode foto yang serupa sebagai berikut:



Gambar 1.1 Iklan Doctor Shoes Media Sosial

Sumber: Facebook Doctor Shoes Bogor

Berdasarkan gambar tersebut dapat dinilai pada kerapihan metode yang digunakan dalam media sosial masih kurang rapih, sehingga kondisi minat beli untuk mencoba menggunakan jasa laundry sepatu tersebut pun menjadi permasalahan. Pada dasarnya jika melihat hasil foto saja kurang meyakinkan calon konsumen mengenai mutu hasil setiap sepatu yang sudah dicuci, perhatian masyarakat lebih mengarah pada jasa *laundry* yang sudah memiliki nilai dan *image* baik dalam menciptakan hasil pencuciannya sehingga minat beli pada Doctor Shoes tidak kunjung meningkat hingga saat ini.

Tabel 1.2. Penjualan Doctor Shoes Bogor 6 (Enam) Bulan Terakhir

NO	BULAN	TAHUN	PENDAPATAN
1	September	2023	10.695.000
2	Oktober	2023	10.255.000
3	November	2023	9.425.000
4	Desember	2023	10.050.000
5	Januari	2024	9.325.000
6	Februari	2024	9.175.000

Sumber: Doctor Shoes Bogor (2024), hasil penjualan tidak dipublikasikan

Pada tabel 1.2. diatas menunjukkan ketidakstabilan penghasilan pada Doctor Shoes Bogor setiap bulannya hal ini disebabkan karena adanya promosi yang diberikan, selain itu dampak dari cuaca yang tidak menentu membuat para pengunjung tidak dapat diprediksi, serta banyaknya persaingan yang menyebabkan pendapatan Doctor Shoes terus menurun.

Banyak pelaku usaha yang selalu berusaha bagaimana caranya mereka bisa bersaing dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada, bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien serta bagaimana agar tetap mempertahankan kualitas produk guna memenangkan persaingan dan menguasai pasar bisnis. Melihat bisnis era digital saat ini tentunya langkah-langkah promosi perlu dilakukan dengan benar sesuai dengan bentuk model yang dapat menarik minat pembelian.

Promosi yang diterapkan oleh Doctor Shoes tidak menggunakan *advertising* sehingga usaha yang telah bergabung sejak tahun 2021 ini sulit untuk berkembang, hal tersebut juga dapat dilihat dari jumlah *followers* yang tidak ada kenaikan, hal ini perlu diperhatikan jika ingin meningkatkan minat masyarakat dan tingkat penjualan yang lebih baik lagi kedepannya. Dengan ini peneliti mengemukakan permasalahan yang terjadi pada minat beli dengan dasar teori menurut bauran pemasaran seperti periklanan (*advertising*). Berdasarkan permasalahan tersebut maka penyebabnya adalah belum memaksimalkan promosi penjualan, apabila ingin memperkuat daya saing tentunya memerlukan promosi dengan konten yang dapat menarik minat pembeli. Maka dapat dikemukakan bahwa promosi berpengaruh terhadap penjualan dimana dengan melakukan promosi, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan

penjualan karena promosi mempengaruhi konsumen agar mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas, penulis mencoba untuk menganalisis lebih jauh lagi mengenai **“Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Doctor Shoes Bogor”**. Harapannya dengan diadakannya penelitian tersebut maka dapat diketahui dengan pasti kebenarannya daripada pengaruh promosi tersebut terhadap keputusan pembelian pada Doctor Shoes Bogor. Apabila terbukti, maka dapat diketahui pula seberapa besar pengaruh promosi tersebut terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pada Doctor Shoes Bogor.

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut terdapat beberapa permasalahan pada Doctor Shoes Bogor yang diidentifikasi oleh penulis.

1. Banyaknya jasa *laundry* sepatu yang bermunculan sehingga menjadi tekanan bagi Doctor Shoes Bogor untuk bisa mempertahankan bisnisnya dari para pesaing.
2. Perlu promosi yang efektif dalam hal periklanan pada Doctor Shoes Bogor dengan tujuan memperkenalkan perusahaan dan pelayanan-pelayanan yang di terapkan dengan konten yang dapat menarik minat beli konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah pada Doctor Shoes Bogor menunjukkan bahwa terdapat masalah yang ada. Guna mencegah melebar nya penelitian dan karena keterbatasan yang penulis miliki maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapan penulis juga agar pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis menentukan batasan masalah sebagai berikut.

1. Khusus untuk judul penulis hanya batasi pada Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Doctor Shoes Bogor.
2. Penulis menggunakan pengaruh promosi sebagai *variable independent* tanpa memecahnya atas masing-masing unsur dari dimensi keputusan pembelian itu sendiri.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk promosi yang diterapkan oleh Doctor Shoes Bogor?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Doctor Shoes Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan perumusan masalah yang dibuat adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa Doctor Shoes Bogor.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk promosi yang diterapkan oleh Doctor Shoes Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat dan sumbangan bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan dapat memberikan informasi atau gambaran mengenai promosi terhadap minat beli konsumen yang terjadi pada usaha jasa *laundry* Doctor Shoes Bogor.

2. Bagi Institusi

Sebagai acuan dan bahan pembelajaran serta referensi bagi civitas akademik khususnya jurusan Manajemen Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dalam melakukan penelitian dengan judul atau materi yang relevan.

3. Bagi Penulis

Mendapatkan manfaat ilmu pengetahuan terutama mengenai jasa cuci sepatu, dan perawatan setiap sepatu yang memiliki jenis bahan berbeda-beda, serta keterampilan yang bermanfaat dalam peningkatan kompetensi menulis.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan tugas akhir ini dikelompokkan menjadi beberapa bab maupun sub bab. Bab maupun sub bab tersebut selanjutnya akan diuraikan satu persatu dengan sistematika penyampaian sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah yang ada pada Doctor Shoes Bogor tersebut, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan tugas akhir, beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian, kerangka konseptual dan hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada di dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini serta saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun tugas akhir ini.