

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Sejarah Perusahaan

UNKL347 adalah sebuah bisnis ritel pakaian yang berdiri sekitar tahun 1996. UNKL347 didirikan oleh empat orang pemuda yang memiliki latar belakang pendidikan desain. Pemilihan nama UNKL347 didasari oleh lokasi pertama berdirinya yaitu di jalan Dago no.347, Bandung. Mulanya UNKL347 hanya memproduksi pakaian yang penjualannya masih *hand to hand*, namun dengan berkembangnya *fashion* khususnya bagi kaum remaja dan dewasa di Kota Bandung membuat UNKL347 berkembang pesat hingga menjadi salah satu pelopor *clothing, company* lokal di Kota Bandung dan di Indonesia.



GAMBAR 1.1

Logo UNKL347

Sumber: Dokumentasi UNKL347, 2017

Target pasar UNKL347 adalah berkisar dari remaja hingga dewasa dan semua orang yang berfikiran terbuka dan menyukai *fashion* yang *up to date* dan modis. UNKL347 juga memfokuskan produksinya untuk komunitas, sehingga produk-produk yang dijual di peruntukkan untuk komunitas-komunitas seperti komunitas musik, komunitas *saktenoard*, komunitas *sourfing*, dll. Variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen umum baik untuk laki-laki atau perempuan sangat beragam, mulai dari *t-shirt*, kemeja, denim, celana panjang, celana pendek, *sweater*, jaket, topi, ikat pinggang, dompet, sandal, dan banyak lagi produk lainnya. Pemilihan bahan-bahan yang digunakan untuk produk-produknya menggunakan bahan-bahan berkualitas seperti penggunaan bahan *jersey* dan *cotton* yang nyaman untuk digunakan baik di musim panas ataupun saat musim dingin.

Produk-produk UNKL347 juga dengan jumlah eksklusif/tidak terlalu banyak, hal ini dilakukan untuk menjaga model dari setiap produknya agar tidak pasaran. Harga untuk setiap produk UNKLE347 adalah harga yang relatif terjangkau dimana produk-produk yang dijual terdiri dari harga terendah hingga harga yang paling mahal.

Sense, design, memories, create, and play adalah lima nilai yang dimiliki oleh UNKL347, bagi UNKL347 kelima nilai tersebut menjadi pedoman dalam menjalankan bisnisnya, semua produk yang dihasilkan mampu menciptakan kesan yang baik bagi konsumennya, UNKL347 mampu mengorfanisir komunitas muda, berinovasi dalam produk, kreativitas dalam menciptakan produk baru, dan mendukung segala perkembangan budaya dengan mengkolaborasikannya melalui produk-produk yang dihasilkan.

Selain itu, kelebihan UNKL347 ada pada fasilitas pembelian *online* melalui situs resmi www.unkl347.com dimana konsumen dari berbagai penjuru dapat membeli produk-produk UNKL347 melalui situs tersebut. Media sosial seperti *Facebook, Twitter* dan *Instagram* juga digunakan oleh UNKL347 sebagai alat promosi untuk menjangkau semua konsumennya.



GAMBAR 1.2

Produk-produk UNKL347

Sumber : Instagram UNKL347

Dari gambar 1.2 diatas menunjukkan produk-produk yang terdapat di UNKL347 sangatlah beragam karena target pasarnya juga beragam. Produk-produknya antara lain. Aksesoris, pakaian, celana, jaket, topi, sepatu, tas. Spesifikasi jenis-jenis produknya antara lain :

1. Aksesoris :
 - a. Tali pinggang
 - b. Dompet
 - c. Gantungan kunci untuk kendaraan
 - d. Kaus kaki
2. Pakaian/atasan
 - a. Kaos
 - b. Kemeja
 - c. Baju dan kemeja lengan panjang
 - d. Gaun
3. Celana
 - a. Celana *jeans*
 - b. Celana bahan
 - c. Celana panjang dan pendek
4. Jaket dan *sweater*
5. Topi
6. Tas
 - a. Tas punggung
 - b. Tas gunung
 - c. Tas selempang
7. Sepatu dan sandal
 - a. *Converse*
 - b. *Vand*
 - c. *Boots*
 - d. Sandal wanita
 - e. Sandal pria

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

UNKL347 adalah dengan *Sense, design, memories, create and play*, yang merupakan 5 elemen yang akan memandu hidup kita dan membentuk dunia kita, mereka hanya mencoba untuk membangun negara, paling tidak kota ini, dengan menyusun pergerakan pemuda.

Misi

1. UNKL347 adalah Menemukan sebuah bentuk baru dari kreatifitas, dan mendukung setiap bentuk perkembangan sub – *culture*. Setelah sepuluh tahun, di dalam pemahaman umur, urat-urat ini mengalami terhentinya pertumbuhan, membentuk sebuah bekas kecil dari sesuatu dimana pernah beberapa kali membesar, atau lebih.
2. Desain yang bagus, sekarang lebih dapat diperoleh dan dihasilkan daripada sebelumnya, juga menawarkan kita sebuah peluang untuk membawa kesenangan, arti dan kecantikan untuk kehidupan kita. Tetapi, hal yang paling penting, mengusahakan merasakan sebuah desain dapat membuat kota kita menjadi tempat yang lebih baik untuk kita semua.

1.1.3. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan salah satu tujuan pariwisata yang paling di minati oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, dikarenakan kota Bandung adalah salah satu tujuan berbelanja. Kota Bandung sering di juluki dengan kota fashion atau sering dikenal dengan julukan “Paris Van Java”. Oleh karena itu tidak heran setiap akhir pekan atau liburan panjang banyak wisatawan yang berdatangan ke kota sejuta wisata ini.

Perkembangan jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat pada Februari 2016 sampai dengan Februari 2017 meningkat pesat, menyebabkan berkembangnya bisnis yang saling berkompetisi untuk menarik konsumen, bisa terlihat dari Tabel 1.1

TABEL 1.1
Jumlah Wisatawan yang Bekunjung ke Jawa Barat

**Banyaknya Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Jawa Barat Melalui
Pintu Masuk Bandara Husein Sastranegara Kota Bandung dan Pelabuhan Muarajati
Kota Cirebon yang Dirinci Menurut Kebangsaan
Februari 2016, Januari 2017 dan Februari 2017**

Kebangsaan	Jumlah Wisman (Orang)		
	Februari 2016	Januari 2017	Februari 2017
[1]	[2]	[3]	[4]
Singapura	1.688	1.699	1.514
Malaysia	5.758	5.198	9.966
Philipna	9	138	79
Thailand	34	56	63
Jepang	87	83	111
Korea Selatan	57	81	64
Tiongkok	97	128	75
India	78	117	143
Australia	92	90	99
Amerika Serikat	105	102	105
Inggris	60	48	74
Belanda	45	31	40
Jerman	40	26	41
Perancis	32	26	35
Saudi Arabia	7	3	9
Lainnya	308	719	803
Jumlah	8.497	8.545	13.221

*Sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2017

Berdasarkan data tabel 1.1 dapat diasumsikan bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat terus meningkat dan itu berdampak pada perekonomian ibu kotanya yaitu Bandung dan menjadikan salah satu faktor tumbuhnya berbagai persaingan antar pelaku bisnis yang terus meningkat.

Salah satu bisnis yang bermunculan di kota Bandung adalah distro, distro singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang di titipkan oleh pembuat pakaian atau di produksi sendiri. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan, itu yang membedakan produk distro dengan produk sejenis lainnya, konsep distro berawal pada pertengahan 1990-an di Bandung.

Pekembangan distro di kota Bandung begitu pesat, terbukti dengan banyaknya *clothing* baju atau distro baru yang bermunculan di kota Bandung, berdasarkan data yang di dapat dari disperindag.jabarprov.go.id terdapat 115 distro

di kota Bandung, berikut daftar distro di kota Bandung yang akan dijabarkan pada tabel 1.2

TABEL 1.2
Data Distro di kota Bandung

NO	NAMA DISTRO	ALAMAT
1	SKATERS	JL.MERDEKA NO. 56 BANDUNG
2	SCREAMOUS	JL. PASANG NO. 37 BANDUNG
3	OUVAL RESEARCH	JL. BUAH BATU NO.64 BANDUNG, JL. SULTAN AGUNG NO 13 BANDUNG
4	BLACK JACK	JL. TRUNOJOYO 19 BANDUNG
5	BLACK ID	JL. BELITUNG NO. 3, BANDUNG
6	EVIL ARMY	JL. SULTAN AGUNG 5 BANDUNG
7	UNKL 347	JL. SULTAN AGUNG 5 BANDUNG
8	D'LOOP	JL. RIAU 110 PAV BANDUNG
9	COSMIC	JL. ACEH NO.105 BANDUNG
10	BADGER INV	JL. MUTIARA IV NO. 16 BUAHBATU BANDUNG
11	ARENA STORE	JL.DAGO NO.207 BANDUNG
12	ANTY BEAUTY	JL.TRUNOJOYO 6 BNADUNG
13	BANDUNG OBLONG	JL. DIPATI UKUR NO. 76 A BANDUNG
14	FLASHY	JL. DIPATIUKUR NO. 1, BANDUNG
15	GEEEIGHT	JL. PROGO NO. 3 BANDUNG
16	UNITED INV	JL. TRUNOJOYO NO. 25 BANDUNG
17	THE SAINT DEVIL	JL. SETIABUDHI NO.41F BANDUNG
18	ROMANTIC SILVER	JL.TRUNOJOYO 23 BANDUNG
19	BLAZE DISTRO	JL.ACEH NO.40 BANDUNG
20	POST CLOTHING CO.	JL. DIPATIUKUR 43 BANDUNG
21	ROLLIN K	JL. SOKA NO. 17 BANDUNG-40113
22	ORO	JL. TRUNOJOYO 23 BANDUNG
23	IERY	JL. TRUNOJOYO 23 BANDUNG
24	INKSOMNIA	JL. TRUNOJOYO 23 BANDUNG
25	DISTRO HOUSE (MODE PLUS)	JL. SETIABUDI 41F BANDUNG

Sumber : <http://disperindag.jabarprov.go.id/basisdata/index.php?p=srcpt&kat=12>, 2016

Banyaknya pesaing didalam bidang usaha distro ini membuat distro harus melakukan kegiatan pemasaran karena untuk mempertahankan brand, mempertahankan konsumen lama dan mendapat pelanggan yang baru. Untuk itulah kegiatan pemasaran harus dilakukan untuk menciptakan strategi dalam perusahaan. Salah satu kegiatan pemasaran yang bisa dilakukan adalah melalui promosi, promosi menurut Kotler dan Armstrong (2014:77): Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Definisi tersebut dapat mengatakan bahwa dengan mengadakan kegiatan promosi, memproduksi dapat menyampaikan berbagai informasi kepada konsumen.

Promosi ini merupakan salah satu komponen dari Bauran Pemasaran atau yang sering disebut *Marketing Mix*. Menurut Kotler dan Keller (Abdurrahman, 2015 : 156) mendefinisikan bauran promosi sebagai, “paduan spesifik periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.”

Pentingnya promosi bagi perusahaan adalah untuk memperkenalkan produk – produk baru yang di keluarkan kepada calon konsumen atau *new buyer* dan juga promosi di gunakan untuk meningkatkan penjualan, karena itu distro banyak melakukan promosi dengan kegiatan-kegiatan seperti *Advertising, Personal Selling, Direct Marketing* dan *Sales Promotion*.

Dari beberapa distro yang ada di Bandung penulis memilih salah satu distro yang cukup dikenal masyarakat yaitu Unkl347, karena Unkl347 sudah lama berdiri dan masih tetap eksis dan bertahan dari tahun 1996 sampai dengan saat ini dan berdasarkan uraian di atas penulis ingin mengetahui bagai mana bauran promosi yang dilakukan oleh UNKL347 sehingga tetap bisa mempertahankan ke eksistensianya hingga 21 tahun di bidang *clothing* baju atau distro.

Maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Pelaksanaan Bauran Promosi Pada UNKL347 Bandung Tahun 2017”**

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bauran promosi apa saja yang dilakukan UNKL347 tahun 2017 ?
2. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi pada UNKL347 tahun 2017 ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bauran promosi apa saja yang dilakukan UNKL347 tahun 2017.
2. Mengetahui pelaksanaan bauran promosi pada UNKL347 tahun 2017.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dari aspek akademis adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Meningkatkan pemahaman mengenai bauran promosi selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman bagi penulis terhadap ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan selama penelitian dapat melatih kemampuan analisis serta menambah wawasan.

2. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang bauran promosi dengan objek maupun variabel terikat yang beda.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai bauran promosi, sehingga dapat membantu perusahaan memutuskan apa saja yang akan dilakukan di masa mendatang untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan terus menambah pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitin.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penutup Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran- saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.