

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era teknologi seperti sekarang menjadi tantangan tersendiri untuk “Miripbakulkaos” yang merupakan salah satu distro atribut sepakbola yang berada di kota besar seperti Surabaya mau tidak mau harus menghadapi ketat nya persaingan bisnis di Surabaya khusus nya dibidang distro.

Nama merek “Miripbakulkaos” itu sendiri bisa menjadi senjata untuk menghadapi ketat nya persaingan bisnis pasalnya nama “Miripbakulkaos” tersebut terdengar cukup unik dan berbeda dengan nama merek lainnya nama merek nya “Miripbakulkaos” tetapi yang dijual bukan hanya kaos melainkan juga atribut sepakbola.

Dengan memiliki ciri khas nama yang mudah di ingat oleh khalayak itu sudah menjadi nilai lebih untuk mencari pelanggan dan bisa saja “Miripbakulkaos” secara mudah dan cepat mendapatkan banyak konsumen baru.

Sangatlah tepat “Miripbakulkaos” berada di kota besar seperti Surabaya dikarenakan kota Surabaya dikenal sebagai kota nya para penggemar sepak bola sekaligus basis *supporter* bonek. Target pasar yang sangatlah tepat selaras dengan produk yang dijual “Miripbakulkaos” yaitu atribut sepakbola. Sehingga mengembangkan ciri dengan hasil produksi lokal.

Gaya *casual supporter* tersebut juga masuk dalam olahraga salah satu nya sepak bola. Sepakbola merupakan olahraga yg digemari di seluruh dunia hampir seluruh masyarakat di semua kalangan tidak terkecuali kalangan anak-anak, remaja, dewasa, bahkan wanita menyukai olahraga sepakbola. Sepak bola bukan hanya sekedar permainan antara pertarungan gengsi antara kedua klub yang bertanding. Tetapi juga berbicara mengenai busananya atau disebut juga sebagai *jersey*. *Jersey* sebagai gaya *fashion trend* terbaru dalam berpakaian baik itu pria dan wanita serta anak-anak kecil.

Ini ditandai dengan bermunculannya *jersey ladies* atau *jersey* bola khusus para kaum hawa sebab di awal kemunculannya sendiri *jersey* bola hanya

menyediakan *jersey men* atau *jersey* bola pria sekarang juga ada *jersey ladies* sepak bola sudah menjadi olahraga untuk semua kalangan yang tak mengenal kelas sosial, ras, dan *gender* itu sendiri. Dengan lahirnya fenomena *jersey* bola sebagai *fashion*

Menemui orang yang memakai *jersey* bola di tempat-tempat yang sebenarnya tidak terkait dengan olahraga sepak bola, tetapi kini *jersey* juga dapat ditemui di kampus, jalan umum, *mall* bahkan tempat umum lainnya.

Masuknya loyalitas *supporter* dalam sepak bola bukan hanya berpengaruh pada permainan pemain dilapangan namun juga berpengaruh pada pemasukan komersial pada klub tersebut. Bukan hanya pemasukan penjualan tiket dan *sponsorship* namun pemilik klub juga mendapat pemasukan melalui penjualan *merchandise*. Contohnya pada klub persebaya mereka memiliki toko resmi yang bernama “Persebaya *store*“ yang menjual khusus *merchandise* original persebaya mereka menjual *jersey*, syal, tas, kaos dan lain-lainya.

Tentu nya pihak persebaya menjualnya sedikit mahal dari distro *merchandise jersey* lainnya meski sedikit mahal tetap saja ada yang membeli karena *supporter* bangga kalau membeli produk original sesuai slogan Persebaya *store* “bangga beli ori”

Keberadaan kelompok *supporter* dengan loyalitas tinggi seperti Bonek hal tersebut bisa dimanfaatkan menjadi lumbung bisnis oleh pemilik-pemilik klub sepakbola terutama pada bidang *fashion*. Jauh sebelum adanya toko persebaya *store* disaat dahulu persebaya bermarkas di gelora sepuluh nopember distro “*green shop*” lah yg jadi idaman para bonek untuk membeli atribut-atribut persebaya.

Barulah pada era sekarang di Surabaya banyak menjamur toko-toko *marchandise* salah satunya adalah toko “Miripbakulkaos” distro cak Rudi bisa dibilang kombinasi antara *green shop* yang dulu dengan Persebaya *store* yang sekarang dengan terjangkau nya atribut-atribut dan produk yg dijual lengkap ala *green shop*. Selain menjujung tinggi produk lokal toko “Miripbakulkaos” juga menjual produk ori persebaya dengan bekerjasama dengan yaitu Persebaya *store*.

Pertumbuhan bisnis dsemakin tinggi hingga saat ini hingga menjadi salah satu alasan yang membuat Rudi untuk memulai bisnis di bidang *fashion*. Dan dari mahal nya harga atribut di Persebaya *store* sehingga muncul ide Rudi berniat bisnis di bidang *fashion* khususnya pada atribut-atribut para *supporter* sepak bola dengan harga yang lebih terjangkau.

Komunikasi pemasaran sebagai langkah untuk mengembangkan dan menyebarkan hasil produksi sangatlah penting dalam dunia perdagangan. Secara teori bentuk utama dari komunikasi pemasaran meliputi: promosi tenaga penjualan, papan nama toko, *display* tempat pembelian, kemasan produk, *direct-mail*, *sample*

produk gratis, kupon, publisitas, dan alat komunikasi lainnya (Shimp, 2003: 4). Promosi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh sebuah retail untuk memperkenalkan produk yang mereka jual kepada masyarakat.

Banyak cara yang dilakukan untuk mempromosikan mengawali bisnisnya di tahun 2013 Rudi menjual produknya via *cod (cash on delivery)* langsung ketemuan di suatu tempat. Rudi mulai bermain di pasar *online* melalui media situs jejaring sosial *facebook* dan itu belum mampu mendobrak pangsa pasar dan memperkenalkan produknya.

Rudi tidak berhenti hanya pada media sosial *facebook*. Semua kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rudi itu semua membuat caki rudi merasa belum maksimal dalam pemasaran produknya.

Banyak strategi dilakukan pemilik “Miripbakulkaos” untuk mempromosikan usahanya maka hal ini menjadi ketertarikan tersendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “strategi komunikasi pemasaran melalui komunitas isfc dan bonek liar kremil dalam penjualan atribut “Miripbakulkaos”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalahnya adalah “ Bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui komunitas isfc dan bonek liar kremil dalam penjualan atribut “Miripbakulkaos” ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan “ Bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui komunitas isfc dan bonek liar kremil dalam penjualan atribut “Miripbakulkaos”

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan saat ini diharapkan berkontribusi secara teoretis dan praktis sebagai berikut ;

### **a) Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi khususnya tentang komunikasi pemasaran khusus nya pemasaran distro.

### **b) Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran bagi penjual atribut *supporter* sepak bola terkait dengan komunikasi pemasaran.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penelitian bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam lapran penelitian ini, sistematika penelitian terdiri atas

lima bab yaitu, pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, diskripsi obyek penyajian data dan pembahasan, dan yang terakhir adalah penutup. Masing- masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian. Pada manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan juga praktis, dan pada latar belakang masalah penulis menuliskan alasan memilih obyek penelitian tersebut.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh peneliti lain, landasan teori yang digunakan, dan kerangka dasar Pemikiran yang seperti apa yang akan dibuat.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari tipe penelitian, peran peneliti, lokasi penelitian, sumber data dan tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data, dan keabsahan data. Dan semua akan dibahas secara lengkap pada bab ini.

#### **BAB IV DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini di uraikan secara rinci mengenai data yang di gunakan dalam penelitian, pembahasan mengenai analisis penelitian disertai dengan penjelasan dan bukti. Pada bab ini juga mempertanggung jawabkan observasi, dokumentasi, daftar pustaka dan wawancara.

**BAB V PENUTUP** Berisikan tentang kesimpulan dari serangkaian pembahasan skripsi berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta saran-saran dan rekomendasi untuk disampaikan kepada obyek penelitian atau bagi penelitian selanjutnya.