

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis secara umum berarti suatu kegiatan perdagangan, industri, atau keuangan. Semua kegiatan ini berkaitan dengan produksi dan pertukaran jasa atau barang, serta urusan keuangan yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan tersebut. Oleh karena itu, sebuah perusahaan dalam salah satu cabang kegiatan ini, atau suatu pengangkutan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis tersebut, juga termasuk dalam pengertian bisnis.

Secara harfiah kata bisnis berasal dari istilah Inggris "*Business*" yang berarti kegiatan usaha. Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyebutkan "Bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan" atau Bisnis adalah semua aktivitas yang melibatkan penyediaan barang atau jasa yang diperlukan dan diinginkan oleh orang.

Berdasarkan uraian di atas, bisnis merupakan aktivitas perdagangan tetapi didalamnya meliputi unsur-unsur yang lebih luas, yaitu pekerjaan, profesi, penghasilan, mata pencaharian dan keuntungan, serta dilakukan oleh perorangan maupun Perusahaan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi menyebabkan kehidupan masyarakat juga berkembang dari zaman ke zaman. Hal ini disebabkan karena perkembangan zaman yang sangat pesat membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari dimana banyak masyarakat ingin

mendapatkan kepuasan hanya dengan mengeluarkan sejumlah uang. Oleh karena inilah banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan produk atau jasa yang membuat sehingga kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah.

Kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu. Gaya hidup yang serba praktis dan padatnya kinerja seseorang menjadikan orang tidak lagi mau dipusingkan oleh beban kerja sehari-hari di rumah. Seperti mencuci pakaian, dulu bagi beberapa orang mencuci pakaian adalah hal yang melelahkan dan buang-buang waktu terutama bagi orang yang sibuk beraktifitas di luar rumah, namun seiring perkembangan zaman dimana teknologi serba bermunculan membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Salah satunya ialah mesin cuci pakaian, karena harganya yang agak mahal membuat sebagian orang enggan untuk membelinya. Dan karena hal inilah, banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan jasa mencuci pakaian menggunakan mesin cuci.

Pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, tentunya kualitas pelayanan menjadi hal penting bagi perusahaan tersebut. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatan utamanya memberikan pelayanan, juga memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada konsumen untuk memperlancar aktivitas produksi maupun konsumsi. Adapun kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan, yang mana apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka kualitas jasa dapat dibilang baik dan memuaskan.

Dalam bidang perdagangan dan jasa, kepercayaan pelanggan sangat penting. Hal ini tergantung pada tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan atau layanan yang diterima, serta tingkat kesesuaian antara harapan dan hasil aktual. Jika pelanggan mengharapkan suatu layanan pada tingkat tertentu dan merasa layanan itu lebih baik dari yang diharapkan, maka pelanggan akan lebih mudah percaya dan menarik pelanggan baru.

Demikian pula, jika pelanggan mengharapkan suatu tingkat tertentu dan merasa bahwa layanan yang diterima sesuai dengan harapannya, maka pelanggan tersebut akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan dirasakan lebih rendah, maka pelanggan belum puas. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuannya dalam membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas tersebut adalah salah satu tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan untuk melindungi pelanggan mereka dari gangguan pesaing serupa. Pelanggan loyal adalah pelanggan yang senang dan puas dengan kualitas pelayanan yang diterimanya dan bersemangat untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Strategi yang berlaku saat ini adalah usaha perusahaan dalam bersaing dengan memanfaatkan peluang pasar melalui usaha membangun dan meningkatkan kinerja layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam persaingan bisnis, setiap penyedia jasa harus mampu memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggan dan membangun loyalitas terhadap perusahaan. Hal ini penting untuk memenangkan persaingan dengan penyedia layanan lain yang sejenis dan memperbaiki citra perusahaan. Setiap konsumen selalu mengharapkan pelayanan yang maksimal sesuai dengan keinginan mereka.

Jika penyedia layanan tidak merespons dengan cepat, minat konsumen akan menurun, dan mereka mungkin mencari alternatif lain yang lebih baik. Untuk tetap bertahan dalam persaingan, perusahaan tidak hanya harus mencari konsumen baru, tetapi juga mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara untuk memenangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, baik untuk perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu dasar dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Mengingat luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, perencanaan yang menyeluruh diperlukan sebagai pedoman bagi berbagai segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan di antara perusahaan pada umumnya.

Jasa laundry merupakan jasa yang berkembang pesat saat ini, khususnya di Kota Bandung, di mana sebagian penduduknya memiliki waktu yang terbatas. Istilah laundry mungkin sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, karena laundry sudah menjadi salah satu sarana kehidupan pokok yang memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Laundry adalah proses mencuci dan merawat pakaian agar tetap bersih dan terawat. Proses ini melibatkan berbagai langkah, mulai dari memisahkan pakaian berdasarkan warna dan jenis kain, mencuci dengan deterjen yang sesuai, hingga proses pengeringan dan pelipatan pakaian. Penyedia jasa laundry menerima permintaan mencuci pakaian dengan hitungan per kilo, sehingga mampu menjalankan proses mencuci dengan jumlah pakaian yang banyak dalam sekali proses.

Masyarakat secara umum mengenal jenis laundry ini karena menawarkan solusi instan dengan harga terjangkau. Sudah banyak jasa laundry yang tersebar di Indonesia termasuk di daerah kota Bandung. Semakin banyak aktivitas yang dikerjakan semakin sulit juga untuk membagi waktu dalam mengerjakan pekerjaan rumah. Selain itu jasa laundry sudah banyak tersebar dan sangat mudah ditemukan, karna sangat menghemat tenaga dan waktu dan biaya yang dikeluarkan juga terjangkau.

Perkembangan industri jasa laundry terkait erat dengan evolusi gaya hidup modern, fenomena ini menciptakan peluang besar bagi industri jasa laundry untuk tumbuh dan berkembang. Namun, dalam pasar yang semakin kompetitif, keberhasilan penyedia jasa laundry tidak hanya tergantung pada ketersediaan layanan, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Kualitas pelayanan di sektor jasa laundry meliputi aspek-aspek seperti kecepatan dan akurasi dalam menanggapi permintaan pelanggan, keandalan proses pencucian dan penanganan pakaian, kemudahan dalam berkomunikasi, dan responsifitas terhadap masukan atau keluhan pelanggan.

Di Kota Bandung, jasa pencucian yang bermunculan saat ini sangat banyak sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara pengusaha laundry di Kota Bandung. Oleh karena itu untuk dapat menarik pelanggan pengusaha laundry harus melakukan sesuatu agar pelanggan menjadi loyal. Dalam mengembangkan bisnis jasa laundry pada umumnya penerapan suatu jasa yang berkualitas mempengaruhi perkembangan kepuasan konsumen dan mempertahankan kelayaitasan konsumen yang sudah dimiliki.

Salah satu perusahaan di bidang jasa pencucian di Kota Bandung adalah Mama Laundry, yang beralamat di Jalan Mars Raya No. 46 Margahayu Raya. Mama Laundry ini berada di lingkungan perumahan dan didirikan pada bulan Maret 2021 saat pandemi COVID-19 melanda Indonesia. Tujuan dari pendirian Mama Laundry adalah untuk membantu memperbaiki perekonomian pemilik yang mengalami penurunan ekonomi akibat dampak dari pandemi COVID-19. Selain itu, Mama Laundry melayani jasa pencucian untuk rumah tangga dengan kapasitas sedang maupun besar. Dengan kehadiran Mama Laundry, konsumen memiliki alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan pencucian pakaian, sehingga muncul keinginan untuk menggunakan jasa dari Mama Laundry.

**Tabel 1. 1 Data Penjualan Mama Laundry Juni – Juli – Agustus
Tahun 2023**

Bulan	Jumlah Konsumen	Jumlah Pendapatan
Juni	162	7.118.500
Juli	144	6.512.151
Agustus	138	6.361.371
Total	444	19.992.022

Sumber: *Mama Laundry 2023*

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa penjualan pada bulan Juni s/d Agustus Tahun 2023 mengalami penurunan tiap bulannya. Terbukti dari bulan Juni ke bulan Juli mengalami penurunan konsumen sebanyak 18 orang dan penurunan pendapatan sebesar Rp 606.349, bulan Juli ke bulan Agustus mengalami penurunan konsumen sebesar 6 orang dan penurunan pendapatan sebesar Rp 150.780

Diperkuat oleh peneliti Rini Afrianti Dan Zulkifli (2017) Meneliti Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra

Laundry Kota Pariaman. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Regresi linear berganda yaitu $Y = 1,613 + 0,628X_1 + (-0,032)X_2$. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitas layanan signifikan dan lokasi tidak mempengaruhi signifikan dan terhadap kepuasan pelanggan pada Citra Laundry Kota Pariaman.

Tabel 1. 2 Hasil Kuesioner Pra Survey Tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Mama Laundry Di Bandung

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah pelayanan jasa Mama Laundry memuaskan?	42%	58%
2	Apakah jaminan yang diberikan oleh mama laundry Ketika terjadi kesalahan sudah diberikan dengan baik?	28%	72%

Sumber: diolah oleh peneliti 2023

Dapat dilihat pada tabel 1.2 bahwa sebesar 58% responden merasa kurang puas terhadap pelayanan Mama Laundry, bahwa 72% responden merasa jaminan yang diberikan pihak Mama Laundry belum cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada 25 orang responden ditemukan adanya permasalahan, diantaranya:

- a. Tidak melakukan pembelian ulang

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat adanya masalah yang saling terkait satu sama lain, antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen, masih ada konsumen yang belum merasakan kepuasan dari jasa Mama Laundry, yang dikarenakan kurangnya perhatian dari segi

kualitas pelayanan yang diberikan jasa laundry. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perbaikan dalam segi kualitas pelayanan agar terciptanya konsumen yang puas sehingga konsumen tersebut dapat diperhatikan dan bersifat loyal kepada perusahaan.

b. Beralih ke pesaing

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat adanya masalah kurang puasnya pelanggan dikarenakan jaminan yang diberikan pihak Mama Laundry belum memenuhi harapan konsumen sehingga dapat mengakibatkan dampak negatif pada perusahaan dan dapat menyebabkan konsumen beralih ke pesaing lain.

Penyebab dari adanya permasalahan tersebut antara lain:

a. *Realiability* (Keandalan)

Pelayanan yang diberikan pihak Mama Laundry kurang memuaskan.

b. *Insurrance* (Jaminan)

Pihak Mama Laundry belum bisa memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pada Usaha jasa di laundry tersebut, maka timbul keinginan peneliti untuk meneliti dan dituangkan dalam sebuah skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA LAUNDRY TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MAMA LAUNDRY DI BANDUNG"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum Mama Laundry di Bandung?
2. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Mama Laundry?
3. Seberapa besar pengaruh pelayanan jasa Mama Laundry terhadap loyalitas konsumen?
4. Apa hambatan yang di hadapi dan usaha dalam mengatasi pelaksanaan kualitas pelayanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran umum jasa Mama Laundry di Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan terhadap terhadap loyalitas konsumen Mama Laundry.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa Mama Laundry terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui bagaimana hambatan dan upaya dalam mengatasi hal tersebut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Bagian ini akan menjelaskan mengenai kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi terhadap sistem yang telah dilakukan dan untuk menentukan strategi pemasaran di masa mendatang.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Peneliti karena dapat memperluas pengetahuan serta dapat menguji teori-teori yang diperoleh tentang segala sesuatu yang mempengaruhi perilaku konsumen.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Mama Laundry yang berlokasi di Jalan Mars Raya No 46 Margahayu Raya, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Penelitian yang dilakukan pada Mama Laundry ini berlangsung dalam kurun waktu 6 bulan.

Tabel 1. 3 Jadwal Penelitian Pada Mama Laundry

No	KETERANGAN	TAHUN 2023-2024																							
		JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				JUNI			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TAHAP PERSIAPAN																									
1	Penjajakan	■																							
2	Studi Kepustakaan	■	■																						
3	Pengajuan Judul		■																						
4	Penyusunan Usulan Penelitian		■	■	■	■	■																		
5	Seminar Usulan Penelitian							■																	
TAHAP PENELITIAN																									
1	Pengumpulan Data								■	■	■	■	■												
	a. Dokumentasi												■												
	b. Wawancara												■												
	c. Observasi													■											
	e. Angket													■											
2	Pengolahan Data														■	■	■	■	■						
3	Analisis Data															■	■	■	■	■					
TAHAP PENYUSUNAN																									
1	Pembuatan Laporan																			■	■	■	■		
2	Perbaikan Laporan																			■	■	■	■		
3	Sidang Skripsi																				■	■	■		
Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023																									