

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang tidak menutup kemungkinan masuknya berbagai teknologi, Indonesia sebagai negara berkembang saat ini dipenuhi oleh masyarakat yang memiliki kesibukan dengan banyaknya kegiatan yang membuat sulitnya membagi waktu antara pekerjaan baik di rumah maupun di luar rumah. Kemajuan teknologi juga memberikan pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat terutama di kota besar yang menginginkan agar semua hal dilakukan serba praktis dan cepat. Salah satu kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan adalah kegiatan mencuci pakaian dan menyetrika. Guna memenuhi dan menjawab kebutuhan gaya hidup masyarakat, saat ini sudah banyak dan semakin berkembang perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pencucian pakaian atau yang sering disebut *Laundry* yang memberikan kemudahan dalam hal mencuci pakaian.

Jasa *Laundry* adalah badan usaha yang menawarkan jasa dalam mencuci pakaian, dengan metode-metode khusus. *Laundry* merupakan salah satu bisnis yang terus berkembang. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan bisnis *laundry* yang begitu pesat dan menjamur di semua kalangan serta dari minat pelanggan terhadap jasa *laundry* yang menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam setiap tahunnya. Pada Tahun 2005 bisnis *laundry* ini berubah menjadi bisnis *laundry* kiloan (Sumarlan, 2013). Bisnis *laundry* kiloan diyakini pertama kali muncul di Indonesia berasal dari kota Yogyakarta. Diawali dengan konsep *laundry* rumahan yang menampung cucian dari para mahasiswa, Pada awalnya *laundry* pertama kali muncul dengan sistem cuci per satuan baju, namun harga yang harus dibayarkan cukup mahal. Lalu muncul gagasan dengan menggunakan sistem perhitungan kiloan. Setiap 1 kilogram kurang lebih terdapat 4-6 potongan pakaian yang tentunya sangat menguntungkan bagi pelanggan.

Melihat peluang bisnis yang bagus tersebut kemudian konsep *laundry* kiloan muncul di kota-kota lain yang banyak dihuni oleh masyarakat yang sibuk dengan aktivitas masing-masing sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk mencuci pakaian, ditambah lagi dengan kondisi cuaca saat ini yang sering hujan, mengakibatkan pakaian lebih mudah kotor sehingga mencuci pakaian secara manual akan sulit kering karena tidak adanya sinar matahari (Kurniasari dan Ernawati, 2012). Hingga tahun 2016 Asosiasi Profesi *Laundry* Indonesia sudah menaungi 4.000 anggota perusahaan *laundry* di Indonesia, untuk lingkup Jawa Barat sudah ada ribuan yang terdaftar, namun ini belum mencakup seluruh *laundry* yang terdaftar, dikarenakan belum semua pemilik usaha *laundry* mendaftarkan dirinya bergabung kepada Asosiasi tersebut.

Beberapa hal yang menjadi alasan masyarakat lebih memilih jasa *laundry* kiloan yaitu masalah waktu yang sudah tersita untuk menyelesaikan urusan pekerjaan, masalah ketersediaan air bersih yang sulit ditemui di wilayah kota menyebabkan enggan untuk mencuci pakaian sendiri, masalah tempat menjemur pakaian yang terbatas kerap menjadi kendala saat hendak menjemur pakaian, masalah faktor pencemaran udara juga menjadi faktor pertimbangan karena kerap terkena dampak polusi, dan masalah gaya hidup masyarakat pada saat ini cenderung tidak mau repot dengan urusan mencuci pakaian. Selain itu, masyarakat juga tidak perlu dipusingkan dengan tidak adanya tenaga pembantu rumah tangga karena dengan menggunakan jasa *laundry* terasa lebih praktis, hasil cucian lebih bersih, beraroma wangi dan segar.

Jawa Barat mempunyai penduduk yang begitu padat berjumlah lebih dari 48.683.861 jiwa dipenuhi oleh masyarakat yang memiliki kegiatan cukup padat membuat tingginya kebutuhan mencuci pakaian dan permintaan akan jasa *laundry* meningkat, sehingga usaha *laundry* semakin tumbuh dan berkembang dengan pesat. Peluang bisnis yang besar dan omset yang cukup menjanjikan membuat banyaknya pebisnis yang tergiur untuk membuka usaha jasa *laundry*. Kota Bandung adalah wilayah terdapat penduduk kedua dari 9 kota di daerah Jawa Barat, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah penduduk menurut kabupaten/kota di Jabar Barat 2018

Kabupaten/Kota	2018
KOTA BOGOR	1096828
KOTA SUKABUMI	326282
KOTA BANDUNG	2503708
KOTA CIREBON	316277
KOTA BEKASI	2931897
KOTA DEPOK	2330333
KOTA CIMAHI	607811
KOTA TASIKMALAYA	662723
KOTA BANJAR	182819

Sumber: BPS Bandung (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 Kota Bandung memiliki jumlah penduduk yang lebih padat dibandingkan Kota Depok, Kota Bogor, Kota Tasikmalaya, Kota Cimahi, Kota Sukabumi, Kota Cirebon dan Kota Banjar. Jumlah penduduk yang banyak, menjadikan daerah Kota Bandung membutuhkan kebutuhan mencuci yang tinggi terutama di daerah sekitar kampus Universitas Widyatama dan menjadi peluang besar bagi *laundry* sebagai perusahaan yang mampu membantu pemenuhan kebutuhan tersebut. Kota Bandung terdiri dari 30 Kecamatan, dan kecamatan Cibeunying Kidul adalah salah satu wilayah terpadat. Peningkatan pertumbuhan *laundry* di Kota Bandung dibuktikan dari banyaknya yang bermunculan pada suatu daerah khususnya pada wilayah Kelurahan Cikutra yang berada disekitar Universitas Widyatama. Karena wilayah yang cukup strategis maka di Kelurahan Cikutra dapat ditemui perumahan, kampus, kos-kosan. Berikut daftar *laundry* yang ada pada wilayah Cikutra di sekitar kampus Widyatama, pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Daftar laundry di wilayah Cikutra sekitar kampus Widyatama.

Sumber : Data *Survey* penelitian (diolah 2019)

No	Nama	Alamat	Harga/Kilogram	Tahun Berdiri
1	Laundry Loverz	Jl. Cikutra No.250B, Sukapada Bandung	Rp. 6.000	2019
2	Home Laundry (1)	Jl. Bojong Koneng No. 4, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2017
3	Laundry Washrey Pelita Kiloan	Jl. Bojong Koneng (Alfamart) No. 8, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2010
4	Laundry Abani Kiloan	Jl. Bojong Koneng No. 6, Sukapada Bandung	Rp. 5.500	2017
5	Laundry Lin's Kiloan	Jl. Cikutra No.226, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2008
6	Laundry Zeelo Premium	Jl. Cikutra No.149, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2016
7	Home Laundry (2)	Jl. Cikutra No.178, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2011
8	Mommy Laundry Kiloan	Jl. Cikutra No. 145, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2004
9	Quantum Laundry	Jl. Cikutra No. 223, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2019
10	Room Laundry	Jl. Cikutra No. 219, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2019
11	Laundry 888	Jln. Cikutra No. 184, Sukapada Bandung	Rp. 7.000	2015
12	Laundry Super Clean	Jl. Cikutra No. 162, Sukapada Bandung	Rp. 6.000	2009

Berdasarkan Tabel 1.2, dalam satu lokasi terdapat 12 laundry kiloan yang menawarkan layanan yang sama, hal ini menyebabkan suatu persaingan yang tidak dapat dihindarkan. Para pemilik usaha laundry bersaing merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru, bersaing dalam banyak hal khususnya memberikan harga termurah namun tetap mengutamakan kualitas yang diberikan. Dari sepuluh laundry terdapat Laundry Super Clean yang ikut bersaing dalam bisnis pencucian pakaian. Laundry Super Clean lokasinya berada di wilayah perumahan dan kos-kosan yang cukup strategis berada di tepi pasar sekitar kampus Universitas Widyatama. Oleh karena itu peneliti memilih Laundry Super Clean sebagai tempat penelitian. Laundry Super Clean Kiloan yang berdiri pada tahun 2009. Berlokasi di Jalan Cikutra No.162, Sukapada Kota Bandung. Super Clean telah berdiri selama

belasan tahun harus melakukan strategis agar mampu bersaing dengan *laundry* lain yang bermunculan dan memiliki berbagai macam inovasi.

Tabel 1. 3 Gambar Dari Super Clean Laundry



Tabel 1. 4 Gambar Dari Pesaing Super Clean Laundry

Gambar Dari Pesaing Super Clean Laundry

Laundry Lovers



Home Laundry (1)



Laundry Washrey Pelita



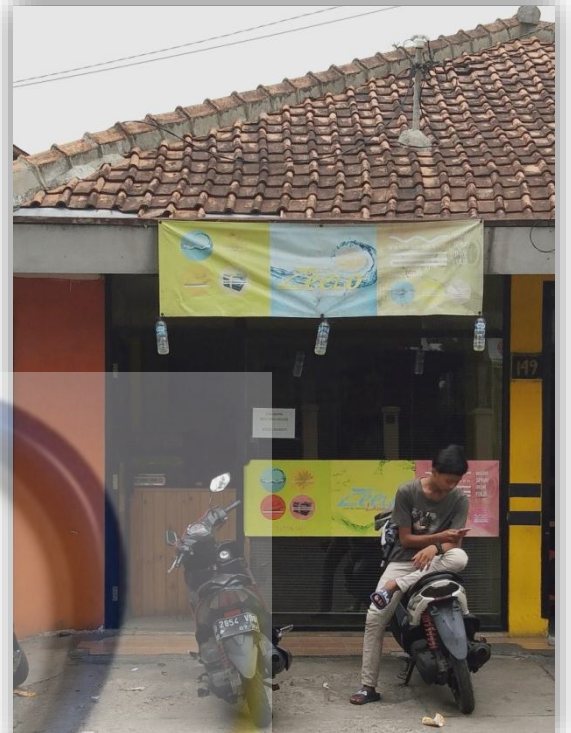
Laundry Abadi Kiloan



Laundry Lin's Kiloan



Laundry Zeelo Premium



Mommy Laundry



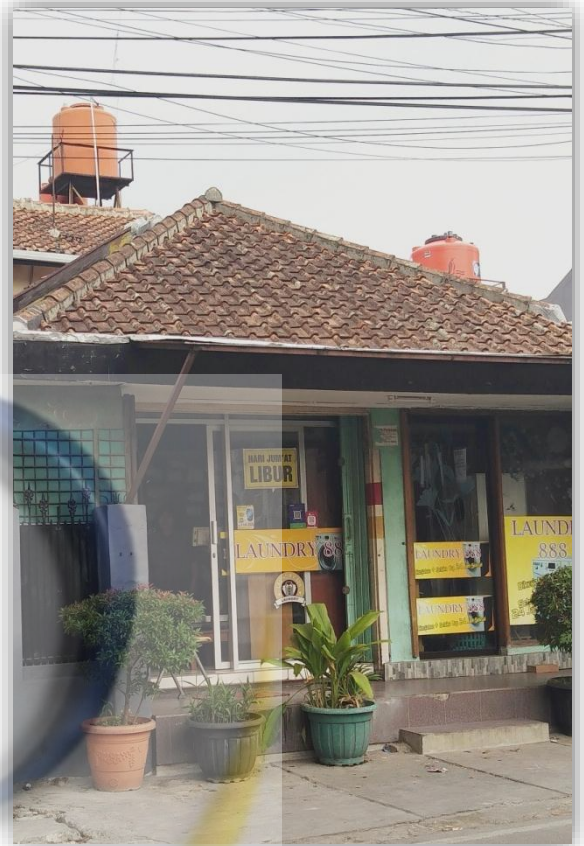
Quantum Laundry



Room Laundry



Laundry 888

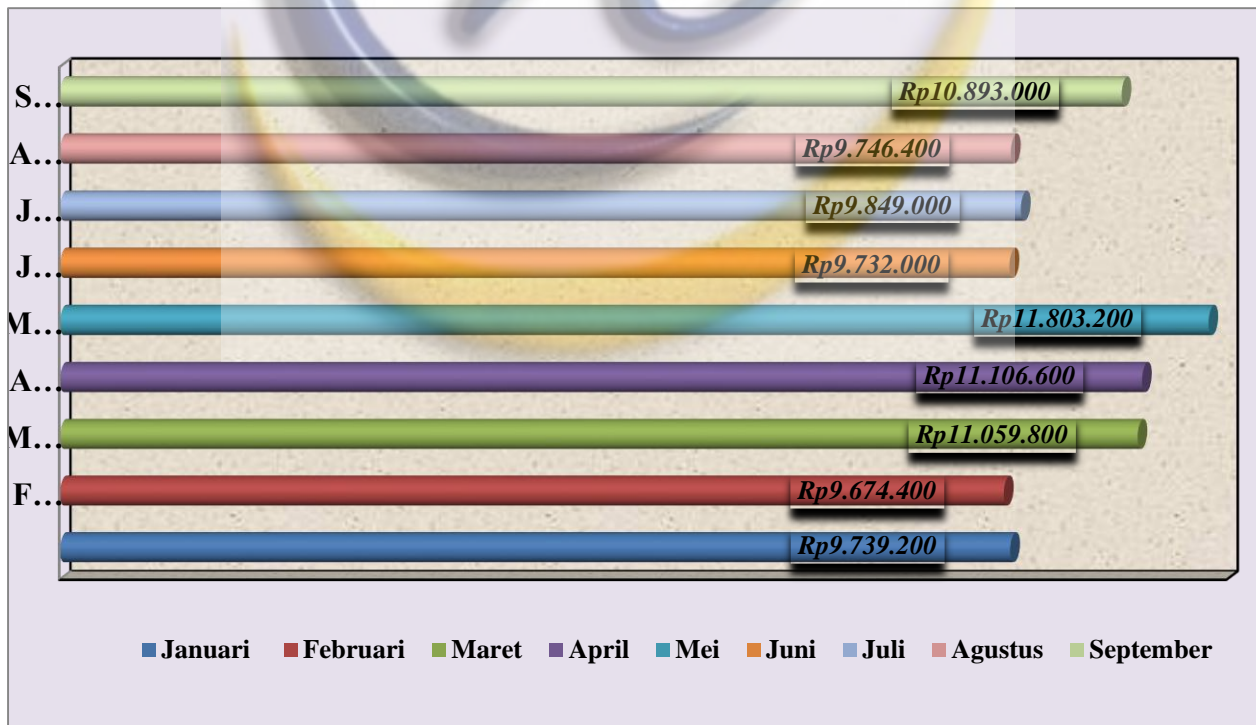


Home Laundry (2)



Dari tabel 1.4 terdapat 11 pesaing yang berada di sekitar kampus Universitas Widyatama Bandung. Dan masing-masing pesaing laundry tersebut memiliki kualitas yang berbeda-beda dan memiliki kelebihan serta kekurangan di masing-masing laundry. Ada yang sudah menggunakan mesin laundry lebih dari 2 dan rata-rata sudah menggunakan setrika uap. Dan masing-masing laundry memiliki cara promosi yang berbeda-beda yang diberikan kepada konsumen untuk menarik perhatian mereka mulai dari spanduk, benner, poster, brosur, antar jemput, dan lain-lainnya. Ada beberapa laundry yang sudah berdiri sejak lama dan ada sebagian laundry yang baru membuka beberapa tahun belakangan.

Laundry Super Clean mempunyai/memiliki data setiap bulan hingga pertahun sehingga dapat melihat perkembangan naik turun nya pendapatan yang didapat dari konsumen. Berikut Gambar 1.1 Data Realisasi jumlah benefit Laundry Super Clean pada bulan Januari 2019 - September 2019.



Sumber: Data *Survey* Penelitian (Diolah 2019)

Keterangan dari Gambar 1.1 :

- Januari 2019 (1.623,2 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 9.739.200)
- Februari 2019 (1.612,4 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 9.674.400)
- Maret 2019 (1.843,3 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 11.059.800)
- April 2019 (1.851,1 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 11.106.600)
- Mei 2019 (1.967,2 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 11.803.200)
- Juni 2019 (1.622,0 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 9.732.000)
- Juli 2019 (1.641,5 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 9.849.000)
- Agustus 2019 (1.624,4 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 9.746.400)
- September 2019 (1.815,5 Kg x Rp. 6.000 = Rp. 10.893.000)

Pada Gambar 1.1 terlihat bahwa realisaasi dari jumlah pendapatan selama bulan Januari 2019 sampai bulan September 2019 bahwa terjadi naik turun nya setiap bulan 9 bulan terkahir. Ini adalah data naik turunnya pendapatan yang terjadi di bulan januari hingga bulan september 2019 berdasarkan data yang didapat dari gambar 1.1.

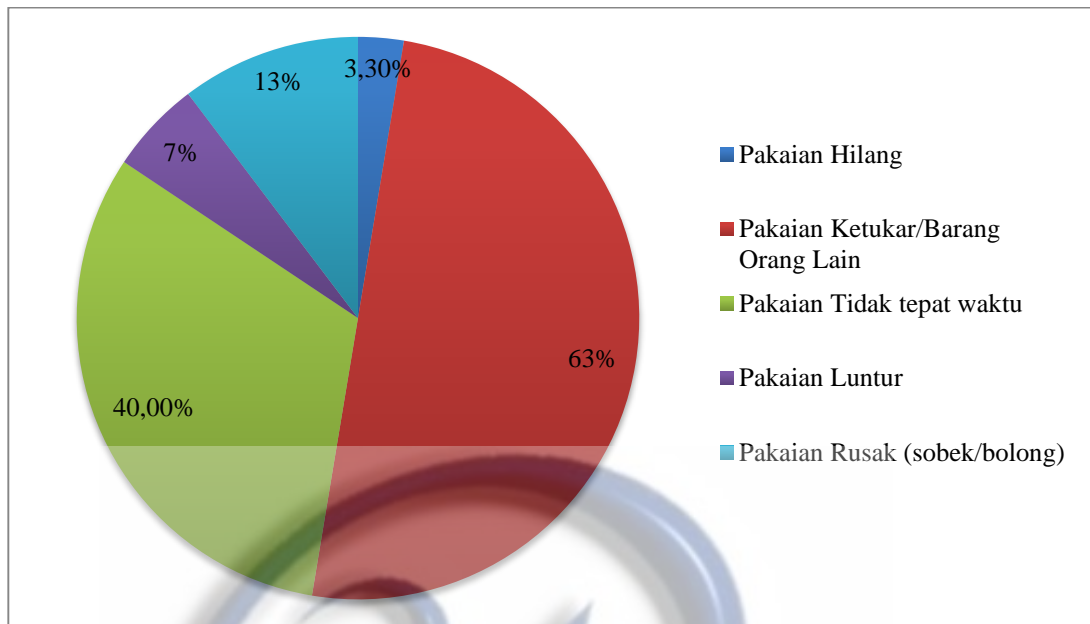
- Bulan Januari – Februari terjadi penurunan sebesar 10,8 Kg = Rp. 64.800.
- Bulan Februari – Maret terjadi kenaikan sebesar 230,9 Kg = Rp. 1.385.400.
- Bulan Maret – April terjadi kenaikan sebesar 7,8 Kg = Rp. 46.800.
- Bulan April – Mei terjadi kenaikan sebesar 116,1 Kg = Rp. 696.600.
- Bulan Mei – Juni terjadi penurunan yang lumayan drastis sebesar 345,2 Kg = Rp. 2.071.200.
- Bulan Juni – Juli terjadi kenaikan sebesar 19,5 Kg = Rp. 117.000
- Bulan Juli – Agustus terjadi penurunan sebesar 17,1 Kg = Rp. 102.600
- Bulan Agustus – September terjadi kenaikan sebesar 191,1 Kg = Rp. 1.146.600.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa 5 kali mengalami kenaikan dan 3 kali mengalami penurunan dalam 9 bulan terakhir. Penyebab terjadinya jumlah kiloan

pakaian dalam periode Bulan Maret sampai Bulan Agustus 2019 diantaranya adalah :

1. Terdapat tanggal merah pada 1 Juni 2019 Hari Lahir Pancasila, 3 Juni sampai 4 Juni Cuti Bersama Lebaran, 5 Juni sampai 6 Juni Hari Raya Idul Fitri dan 7 Juni Cuti Bersama Lebaran sehingga konsumen memanfaatkan waktu untuk libur atau mencuci pakaian sendiri, dan pihak laundry tutup untuk beberapa hari dikarenakan hari libur tersebut.
2. 11 Agustus Idul Adha dan 17 Agustus Hari Kemerdekaan Indonesia sehingga laundry tutup beberapa hari untuk meliburkan karyawan.
3. Terdapat sepuluh laundry kiloan dalam satu wilayah dengan harga yang cenderung bersaing menjadikan konsumen memiliki kebebasan untuk memilih laundry kiloan dengan pelayanan yang terbaik.

Selain penyebab yang telah disebutkan, permasalahan di Laundry Super Clean juga disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang maksimal sehingga adanya keluhan konsumen dari 30 orang konsumen. Seperti terjadinya pakaian hilang dan tertukar dengan pelanggan lain, terjadinya keterlambatan sehingga pakaian selesai tidak tepat waktu, pakaian yang kurang rapih atau bersih sehingga harus dicuci dan disetrika ulang, pakaian rusak seperti sobek dan bolong, pakaian luntur. Berikut Gambar 1.2 Data keluhan atau komplain konsumen pada Laundry Super Clean pada bulan Januari 2019 sampai September 2019.



Sumber: Data *Survey* Penelitian (Diolah 2019)

Gambar 1. 2Data Keluhan konsumen Laundry Super Clean 2019

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa pakaian Ketukar/Barang Orang Lain mendominasi dari keseluruhan keluhan konsumen sebesar 63%. Hal ini menjelaskan bahwa dengan tingginya tingkat keluhan konsumen menyebabkan penurunan realisasi jumlah kilogram, oleh karena itu dibutuhkan peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan standart operasiona. Penurunan omset juga berkaitan dengan promosi yang tidak ada diberikan oleh pihak laundry kepada konsumen, karena promosi merupakan salah satu alasan konsumen dalam memilih perusahaan jasa. Laundry Super Clean menyediakan beberapa harga yang ditawarkan kepada konsumen yaitu mulai dari regular Rp6000/kg (paket cuci setrika), Rp.5000/kg (Paket cuci kering), Rp.5000/kg (Setrika), dan jika konsumen menginginkan agar pengambilan barang lebih cepat maka Laundry Super Clean menyediakan Experst yaitu Rp 12.000/kg (dalam 6 jam) dan Rp8000/kg untuk cuci kering dan setrika (dalam 6 jam).

Tabel 1. 5 Hasil Survey Terhadap 30 Orang Konsumen Laundry Super Clean

NO.	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah menurut anda, Laundry Super Clean yang terletak di Jln. Cikutra Bandung berada di lokasi yang strategis dan berlokasi pada tempat yang mudah untuk anda jangkau.	68%	32%
2.	Menurut Anda apakah pelayanan menepati janji tentang layanan (pakaian selesai tepat waktu)	38%	62%
3.	Anda sebagai konsumen, apakah Laundry memberikan jaminan terhadap mutu cucian (pakaian Rapih, Bersih, dan Wangi).	44%	56%
4.	Apakah menurut Anda karyawan di Laundry Super Clean melayani konsumen dengan sopan dan ramah	68%	32%
5.	Apakah menurut Anda harga yang ditawarkan oleh Laundry Super Clean terjangkau	72%	28%
6.	Anda sebagai konsumen, apakah harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang diberikan pihak Laundry Super Clean	44%	56%
7.	Menurut Anda apakah Laundry Super Clean memberikan promo yang menarik untuk konsumen	17%	83%
8.	Apakah anda sebagai pengguna jasa Laundry akan berminat menggunakan kembali layanan tersebut	57%	43%
9.	Apakah anda akan merekomendasikan Laundry Super Clean kepada kerabat dan menceritakan pengalaman positif.	37%	63%
10.	Apakah anda sebagai salah satu konsumen akan memberikan ide dan saran untuk Laundry Super Clean	28%	72%

Dapat dilihat dari tabel 1.5 mengenai hasil pra survey terhadap 30 Orang konsumen Laundry Super Clean Bandung sebanyak 32% responden mengatakan bahwa posisi Laundry Super Clean berada di lokasi yang kurang strategis dan berlokasi pada tempat yang tidak mudah untuk dijangkau oleh konsumen. Dari sisi ketepatan waktu dalam penyelesaian pakaian 62% responden mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan mengenai ketepatan waktu belum memenuhi janji dengan tepat waktu selesainya pakaian. Sebanyak 56% responden mengatakan bahwa jasa Laundry Super Clean belum memberikan jaminan terhadap mutu cucian seperti

pakaian rapi, bersih, wangi dan beberapa responden merasa kurang puas dikarenakan pakaian yang kurang rapi dan bersih. Dari sisi kesopanan dan keramahan yang diberikan, 68% responden mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai kepada konsumen sopan dan ramah.

Sementara dari sisi harga yang ditawarkan 72% responden mengatakan bahwa harga yang diberikan terjangkau oleh konsumen. Namun dari sisi kualitas yang diberikan 56% mengatakan kualitas yang diberikan belum sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh pihak laundry sendiri. Menurut 83% responden mengatakan promo yang diberikan oleh pihak laundry masih belum menarik perhatian dari konsumen, menurut konsumen pihak laundry harus memperbaiki promo yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan 57% responden memberi sinyal positif bahwa mereka akan kembali menggunakan layanan jasa laundry tersebut, namun 63% responden kurang tertarik untuk menginformasikan kepada teman atau kerabat terdekat mereka. Dan sebanyak 72% mengatakan bahwa mereka tidak sering memberi masukan kepada pihak laundry dikarenakan beberapa alasan pribadi masing-masing.

Berdasarkan hasil pra survey di atas terlihat di mana kualitas produk dan promosi dalam bidang iklan media cetak yang di tampilkan oleh Super Clean Laundry belum cukup baik, namun loyalitas dari konsumen yang menggunakan jasa laundry terbilang cukup baik. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN IKLAN MEDIA CETAK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA SUPER CLEAN LAUNDRY (Studi Pada Konsumen Di Sekitar Kampus Universitas Widyatama Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Rumusan Masalah

1.2.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, selanjutnya dapat diidentifikasi masalah penelitian yaitu bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan iklan media cetak merupakan faktor pendukung untuk menentukan minat mencuci ulang. Oleh sebab itu, permasalahan ini dilihat dari segi kualitas pelayanan dan iklan media cetak, serta loyalitas dalam menggunakan jasa pada Super Clean Laundry.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang akan di ambil untuk di teliti dan sebagai batasan masalah adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan di Super Clean Laundry?
2. Bagaimana Iklan Media Cetak di Super Clean Laundry?
3. Bagaimana Loyalitas Pelanggan di Super Clean Laundry?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Super Clean Laundry?
5. Seberapa besar pengaruh Iklan Media Cetak terhadap Loyalitas Pelanggan di Super Clean Laundry?
6. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Iklan Media Cetak terhadap Loyalitas Pelanggan di Super Clean Laundry?

1.4 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang diteliti terletak Neglasari Cibeunying Kaler, Jl. Cikutra No.162, Sukapada, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40125.