

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini bisnis usaha jasa sangat menjanjikan bagi masyarakat, terutama masyarakat yang tinggal di perkotaan. Dalam upaya mengembangkan usaha jasa tersebut, penyedia jasa harus mampu menyediakan kualitas sehingga bisa memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Pemasaran jasa harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin meningkatnya persaingan industri jasa atau perusahaan jasa untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Alasan utama perusahaan jasa meningkatkan kepuasan konsumen adalah biaya untuk mempertahankan konsumen memerlukan biaya yang cenderung lebih kecil dari pada harus mencari konsumen baru. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat di dalam usaha jasa. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan di atas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan jasa yaitu dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pelanggan atau konsumen.

Bisnis laundry merupakan salah satu bisnis jasa yang bergerak di bidang cuci pakaian yang notabene diperuntukan bagi kalangan menengah ke atas, yang mana mereka tidak punya waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri sehingga menyerahkan ke jasa laundry. Banyak orang yang karena kesibukannya masing-masing sehingga urusan mencuci pakaian benar-benar tidak ada waktunya sama sekali, maka jasa

laundry merupakan cara tepat yang ditempuh ketika orang tidak bisa mencuci pakaian. Beberapa pelanggan mengatakan bahwa ada beberapa manfaat menggunakan jasa laundry antara lain: (1) mengurangi tanggungan tagihan air, (2) mengurangi tanggungan tagihan listrik, (3) tidak perlu menyediakan waktu untuk mencuci, (4) tidak perlu pembantu rumah tangga, (5) tidak repot menyetrikan, (6) tidak perlu beli deterjen, pemutih, pewangi dan lain-lain, (7) tidak perlu tempat atau ruang jemuran.

Bisnis wirausaha laundry saat ini sangat pesat. Bisnis yang bergerak pada pelayanan jasa cuci ini memiliki peluang yang sangat bagus. Masyarakat kota yang semakin sibuk dengan berbagai pekerjaan, membuat usaha jasa laundry semakin dibutuhkan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya minat membuat atau membuka usaha jasa laundry. Para pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas serta konsisten untuk menjaga kepercayaan pelanggan baik dalam hal kualitas maupun pelayanannya, agar pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa laundry tersebut. Selain itu, pengelolaan laundry yang dilakukan menggunakan strategi tertentu akan memberikan kemajuan pada usaha tersebut.

. Perkembangan Kehidupan masyarakat kota Ende yang terus meningkat dari waktu ke waktu dengan sendirinya membuat kesibukan masyarakat dalam aktivitas ekonomi semakin tinggi. Akibatnya waktu untuk mencuci pakaian semakin sedikit. Oleh karena itu jasa cuci pakaian menjadi salah satu alternatif yang dipilih masyarakat. Bisnis laundry di Kota Ende semakin banyak digandrungi dan semakin berkembang sampai dengan saat ini, mengingat kebutuhan konsumen dikalangan

pekerja atau mahasiswa semakin meningkat. Seiring dengan perkembangan tersebut, jenis bisnis ini juga terus meningkat. Jasa cuci pakian Bunda Laundry yang terletak di pusat kota Ende menjadi salah satu jasa cuci yang dipilih masyarakat. Dewasa ini jumlah pelanggan yang menggunakan jasa cucian Bunda Laundry terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan dalam dua tahun terakhir yang terus mengalami peningkatan. Berikut data jumlah pelanggan jasa Bunda Laundry dalam dua tahun terakhir.

Tabel 1.1

Jumlah pelanggan jasa Cuci Bunda Laundry Tahun 2019 - 2020.

Tahun	Bulan	Jumlah Pelanggan (orang)	Bulan	Jumlah Pelanggan (orang)
2019	Januari	97	Juli	107
	Februari	86	Agustus	58
	Maret	105	Sptember	113
	April	77	Oktober	104
	Mei	84	November	98
	Juni	92	Desember	123
	Jumlah	1.144 orang		
	Januari	137	Juli	114
	Februari	88	Agustus	123
	Maret	123	Sptember	136

2020	April	75	Oktober	116
	Mei	84	November	98
	Juni	108	Desember	145

Sumber Data: Bunda Laundry Ende

Berdasarkan data jumlah pelanggan di atas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan di Bunda Laundry terus meningkat. Hal ini dikarenakan pihak Bunda Laundry terus melakukan beberapa strategi pemasaran jasa antara lain: memberikan diskon kepada pelanggan tetap, memberikan potongan harga bagi pelanggan yang memiliki cucian lebih dari 10 kilogram, menambahkan fitur yang memanjakan pelanggan seperti WiFi sambil menunggu pakaian selesai dicuci. Sehingga diharapkan calon pelanggan akan merasa nyaman dan berbondong-bondong datang ke Bunda Laundry.

Kualitas jasa pelayanan merupakan salah satu variabel yang sangat penting dalam kegiatan bisnis sebagai upaya memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada jasa yang diberikan. Kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas jasa menggambarkan seberapa penting pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan memuaskan atau tidak. Hal ini berkaitan dengan harapan pelanggan yang menginginkan kepuasan terhadap jasa yang mereka gunakan. Dalam era modern seperti sekarang perusahaan dituntut untuk efektif dan efisien dalam melakukan suatu pekerjaan. Hal ini menyebabkan perusahaan harus selalu menjaga kualitas jasa mereka seperti memberikan informasi yang jelas dan

jujur dalam melakukan pelayanan. Dengan begitu akan membuat pelanggan tersebut merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Dalam bisnis jasa, promosi digunakan perusahaan untuk menarik minat dan perhatian pelanggan seperti memberikan potongan harga atau memfasilitasi pelanggan dengan sistem antar jemput sehingga memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry. Dengan strategi promosi yang menarik akan membuat pelanggan merasa tertarik dan percaya pada jasa laundry tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah respon yang ditunjukkan konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan tingkat kepuasan mereka. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Perusahaan harus memiliki berbagai strategi yang dapat memberikan kelebihan terhadap bisnis tersebut. Perusahaan harus memberikan yang terbaik untuk para pelanggan agar menarik minat pelanggan. Dengan mengedepankan harga, kualitas jasa, dan promosi agar menciptakan kepuasan dalam menggunakan jasa laundry. Dalam bisnis, perusahaan yang baik harus diikuti dengan langkah pemasaran yang baik. Oleh karena itu strategi pemasaran yang diterapkan harus tepat.

Dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif, persoalan produk jasa menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan menangkan produk jasa yang berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan meningkatkan produk jasa yang berkualitas kepuasan konsumen akan tercapai.

Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi juga adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Harga juga memainkan perannya yang penting dalam komunikasi kualitas dari jasa tersebut. Disamping harga, para perusahaan jasa juga harus memperhatikan kepuasan konsumen mereka, karena dari perusahaan jasa juga harus memperhatikan kinerja dari pesaing mereka yang sejenis.

Menurut Tjiptono, (2005) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, serta berkaitan dengan hal itu adalah tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Melihat kualitas jasa tidak dipandang dari sudut perusahaan melainkan dari persepsi orang lain yang menerima jasa tersebut. Dengan demikian maka kualitas jasa yang baik maupun buruk tergantung pada konsistensi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggannya. Amir, (2012) mengungkapkan lima faktor dominan (lima dimensi) atau penentu mutu pelayanan jasa, yaitu *tangibles* atau bukti fisik, *reliability* atau kehandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, *assurance* atau jaminan dan kepastian, dan *empathy*.

Menurut Laksana (2008), harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Sedangkan harga menurut Kotler dan Armstrong, (2008) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh

lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Menurut Prastiwi, (2012) ada lima tujuan yang dapat diraih perusahaan melalui penetapan harga yaitu Bertahan Hidup (*Survival*), Maksimalisasi Laba Jangka Pendek (*Maximum Current Profit*), Maksimalisasi Hasil Penjualan (*Maximum Current Revenue*), Menyaring Pasar secara Maksimum (*Maximum Market Skimming*), dan Menentukan Permintaan (*Determinant Demand*). Adapun indikator harga Indikator harga menurut Selang, (2013) yaitu harga terjangkau dan bersaing, dan harga sesuai kualitas.

Menurut Yulianti dan kurniawan, (2011) kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang berjudul ***“PENGARUH KUALITAS JASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BUNDA LANDRY KOTA ENDE”***

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah ada pengaruh antara kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Bunda Laundry Kota Ende”

C. PERSOALAN PENELITIAN

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan di Bunda Laundry Kota Ende?

2. Apakah ada pengaruh antara harga dengan kepuasan pelanggan di Bunda Laundry Kota Ende?

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bunda Laundry Kota Ende.
- Untuk mengetahui Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Bunda Laundry Kota Ende.

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dibangun suatu model yang bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan antara lain :

Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan lebih memahami kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi perusahaan dan pihak yang berkepentingan didalam perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan perusahaan tentang Kualitas jasa dan harga terhadap kepuasan pelanggan

1. Manfaat akademik

- Bagi pengembangan ilmu pengetahuan menjadi sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam khususnya dalam *pengaruh kualitas jasa , harga dan kepuasan pelanggan.*
- Dapat bermanfaat bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
- Sebagai bahan informasi bagi pembaca atau peneliti yang ingin melakukan penelitian pada bidang yang sama.