

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu. Seperti mencuci pakaian, dulu bagi beberapa orang mencuci pakaian adalah hal yang melelahkan dan buang-buang waktu terutama bagi orang yang sibuk beraktifitas diluar rumah, namun seiring perkembangan zaman dimana teknologi serba bermunculan membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Salah satunya ialah mesin cuci pakaian, karena harganya mahal sekitar 1 sampai 2 jutaan membuat sebagian orang enggan untuk membelinya. Dan karena hal inilah, banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan produk atau jasa mencuci pakaian menggunakan mesin cuci.

Jasa laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang sangat berkembang pesat di era sekarang, apa lagi di pusat kota seperti kota Serang. Dimana sebagian penduduknya adalah Mahasiswa yang datang dari berbagai daerah, yang melakukan semua aktifitasnya sendiri tanpa bimbingan orang tua. Baik itu mengerjakan tugas perkuliahan bahkan memenuhi kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak yang memutuskan untuk mencuci pakaian menggunakan jasa laundry.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan.¹

Produk dengan kualitas terbaik selalu menjadi pilihan konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen pasti akan membanding-bandingkan produk sejenis. Pilihan pasti jatuh pada produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas baik akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi pada konsumen.² Karena disini produk yang ditawarkan adalah jasa mencuci, maka pihak perusahaan harus memiliki kualitas jasa atau pelayanan yang baik. Misalnya pakaian menjadi bersih dan sangat wangi dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga apa yang dirasakan dan diharapkan konsumen pun sesuai dan terpenuhi. Karena yang dicari konsumen adalah pelayanan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.³

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Nur Nasution, Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan

¹ Daryanto, dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, 86.

² Novitasari Dyna *145 Q & A Start Your Own Bussiness – Pasti Bisa Buka Usaha* (Yogyakarta: Gmedia), 136.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (Penerjemah Bob Sabran), *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), 36.

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴

Menurut Engel, et al. yang dikutip oleh Fandi Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan.⁵

Harapan pelanggan dalam layanan laundry misalnya pakaian ingin bersih dan rapih setelah menggunakan jasa laundry, tempat parkir yang nyaman, pemilik laundry yang ramah, dan ruangan yang rapih tidak berantakan.

Menurut Schnaars yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas.⁶

Masyarakat kini mulai selektif dan cerdas dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka gunakan. Ketatnya persaingan dalam bisnis laundry saat ini membuat para pemilik usaha tersebut bersaing dalam banyak hal agar dapat merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru untuk meningkatkan penjualan. Dalam menciptakan suatu produk atau jasa tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu.

⁴ M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 47.

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III* (CV. ANDI OFFSET, 2008), 24.

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi III*, 25.

Salwa Laundry di kota Serang sebagai salah satu jasa mencuci pakaian merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan jasa laundry lainnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan laundry saja, tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga Salwa Laundry harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang melebihi pesaingnya agar konsumen lebih tertarik menggunakan jasa di perusahaannya. Kualitas pelayanan di Salwa Laundry menurut pantauan penulis kurang maksimal seperti pakaian yang hendak dicuci terlihat menumpuk di luar atau depan toko sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan, dan tempat parkir yang kurang memadai yang berakibat kurangnya minat konsumen untuk menggunakan jasa laundry di Salwa Laundry tersebut. Kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dalam rangka untuk memenuhi harapan konsumen sebagai pengguna jasa laundry, sehingga apakah konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan karena pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen yang berakibat konsumen akan datang kembali ke Salwa Laundry untuk melakukan pembelian ulang sehingga menjadi pelanggan tetap dan kemungkinan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau teman-teman mereka. Sebaliknya pelayanan yang buruk membuat konsumen jenuh sehingga lari ke pesaing. Karena kepuasan konsumen merupakan indikator keberhasilan usaha dalam hal ini jasa laundry.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Laundry (Studi Kasus pada Salwa Laundry di Kota Serang)”**.

B. Perumusan Masalah

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

1. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan laundry di Salwa Laundry Kota Serang?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan laundry di Salwa Laundry Kota Serang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan laundry di Salwa Laundry Kota Serang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan laundry di Salwa Laundry Kota Serang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Jasa Laundry

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengevaluasi terhadap kebijakan yang telah dilaksanakan dan untuk menentukan strategi di masa mendatang.

2. Bagi Akademik

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 selama bangku perkuliahan tentang segala sesuatu yang mempengaruhi perilaku konsumen.

E. Kerangka Pemikiran

Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen menginginkan untuk memperoleh jasa atau pelayanan yang berkualitas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang mereka keluarkan berupa biaya sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh.

Menurut Kotler, pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang

pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.⁷

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁸

Kualitas pelayanan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan sebuah jasa. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting dikelola dengan baik. Salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam menggunakan sebuah jasa pada suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan. Dengan kualitas pelayanan yang baik tentunya konsumen akan merasa puas, dengan kepuasan itu tentunya konsumen akan mengambil suatu keputusan untuk membeli jasa atau menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan dapat tercipta dengan adanya kualitas jasa/pelayanan yang baik dengan kata lain semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan semakin besar kepuasan pelanggan yang dirasakan dan sebaliknya semakin rendah tingkat kualitas pelayanan maka semakin kecil kepuasan pelanggan yang dirasakan.

Setelah membeli atau memakai jasa, konsumen melakukan evaluasi jasa tersebut antara yang diinginkan dengan kinerja yang dirasakan yaitu kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hal ini selanjutnya menghasilkan suatu sikap berupa kepuasan setelah

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (Penerjemah Bob Sabran), *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, 36.

⁸ M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, 47.

membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sikap puas atau tidak puas ini mempengaruhi minat atau tujuan membeli kembali sehingga menjadi pelanggan tetap.

Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan terhadap konsumen.

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Farida Jasfar mengemukakan lima dimensi kualitas jasa/pelayanan untuk mengetahui kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (produk-produk fisik).⁹

Kualitas pelayanan dalam hal jasa laundry bisa dilihat dari cucian laundry seperti pakaian sangat bersih, wangi, dan di setrika dengan rapih. Juga dapat dilihat dari segi pelayanan dalam menerima dan menyampaikan jasa seperti menerima pakaian yang akan dicuci dengan sikap ramah penuh perhatian dan memberikan tempat duduk jika pelanggan sedang menunggu atau mengantri. Dan pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.

Dengan adanya kualitas jasa/pelayanan dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merasakan kepuasan sehingga konsumen akan datang kembali untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan tetap dan kemungkinan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau teman-teman mereka.

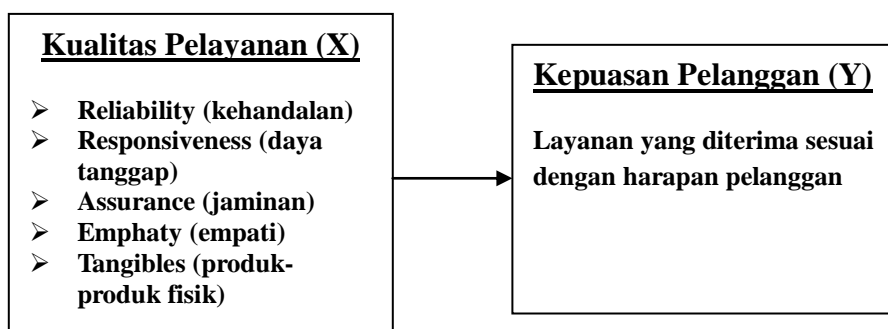
⁹ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa (Pendekatan Terpadu)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 51.

Sebaliknya pelayanan yang buruk membuat konsumen jenuh sehingga lari ke pesaing.

Berdasarkan uraian di atas, jelas bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya model hubungan yang akan diteliti dapat diperhatikan pada kerangka pemikiran berikut :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini disajikan dalam lima bab. Penjelasan masing- masing bab dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan karya ilmiah penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab Tinjauan pustaka berisi tentang landasan teori penunjang penelitian, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka berpikir dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab Metodologi penelitian berisi variable penelitian yang digunakan, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab Hasil dan Pembahasan berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang diberikan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau rekomendasi mengenai tindakan kebijakan yang perlu dan dapat dilakukan oleh perusahaan untuk kemajuan usaha lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN