

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring bergulirnya masa, dunia bisnis mengalami pengembangan dengan pesatnya. Dilihat dari banyaknya berbagai macam bentuk bisnis usaha baru yang dijalankan masyarakat baik dari usaha menengah ke bawah hingga menengah keatas. Salah satu dari berbagai macam bentuk usaha baru tersebut adalah usaha cucian *laundry* kiloan. Menyetrika dan mencuci pakaian terkadang merupakan pekerjaan yang memakan waktu dan melelahkan sehingga membutuhkan bantuan dari orang lain. Jika pakaian tidak dicuci setiap hari, bau akan menumpuk dan berisiko rusak. Adanya usaha *laundry* kiloan ini mampu membantu para pelanggan yang membutuhkan jasa untuk mencucikan pakaiannya. Terutama mereka yang memiliki tuntutan kesibukan seperti Mahasiswa, Pegawai Negeri, Karyawan Swasta bahkan Ibu Rumah Tangga pun membutuhkan jasa *laundry* kiloan karena kesibukan mengurus rumah dan anak. Pemanfaatan jasa *laundry* kiloan ini menjadi gaya hidup mereka karena dianggap praktis ditengah kesibukan pekerjaan mereka. Cukup menyerahkan uang kepada jasa *laundry* kiloan, pakaian mereka akan bersih, wangi dan rapi sehingga siap untuk digunakan. Usaha ini berkepunyaan kesempatan maksimum terutama dikotanya berkepemilikan fungsi sebagai pusat ekonomi, perkantoran, pendidikan ataupun lapangan pekerjaan lainnya.

Singaraja merupakan salah satu kota di Kabupaten Buleleng di Provinsi Bali yang dikenal dengan sebutan kota pendidikan sehingga banyak pelajar yang datang dari luar pulau untuk melanjutkan pendidikan di Singaraja. Selain itu, Singaraja merupakan ibu kota Kabupaten Buleleng sehingga banyak ditemukan perkantoran. Dikarenakan Singaraja merupakan daerah yang cukup diminati oleh banyak pelajar untuk melanjutkan pendidikan dan juga tenaga kerja dari luar pulau yang mencari maupun mendapat penempatan kerja di Kota Singaraja, menjadi peluang bagi masyarakat untuk membuka usaha *laundry* di kota Singaraja.

Salah satu dari beberapa usaha *laundry* di Kota Singaraja adalah Aulia Laundry. Usaha *laundry* ini berada di Jalan Seroja. Awal mula terbentuknya Aulia Landry yakni hanya memiliki satu mesin cuci dan dua setrika listrik. Seiring berjalannya waktu, konsumen mulai bertambah. Pengusaha Aulia Laundry pun menambah mesin cuci menjadi dua dan satu mesin pengering juga mengganti dua setrika listrik menjadi dua setrika uap karena kelebihan yang dimiliki setrika uap yakni cepat dan mudah menghilangkan kusut pada baju. Selain itu penggunaan setrikanya uap tidaklah diperlukan penekanan kepekaiannya maka dari itu tidak merusak ornamennya atau aksesorisnya menempel dibajunya konsumen merupakan bentuk bukti nyata dari Aulia Laundry. Tenaga kerja dari Aulia Laundry sebanyak dua orang untuk melayani konsumen yakni pemilik usaha dan satu karyawan wanita. Bentuk daya tanggap karyawan Aulia Laundry dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya adalah saat pelanggan datang, secepat mungkin karyawan Aulia Laundry akan melayani pelanggan agar pelanggan tidak menunggu lama serta berkenalan dan menghafal nama pelanggan sebagai bentuk komunikasi yang baik karyawan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa diperhatikan.

Setelah menerima pakaian kotor dari pelanggan, Aulia Laundry langsung menimbang di depan pelanggan untuk mengetahui berapa uang yang harus dibayarkan pelanggan dalam bentuk nota yang merupakan bentuk jaminan dari Aulia Laundry. Isi nota tersebut berupa nominal yang harus dibayarkan pelanggan dan nama pelanggan. Setelah memberikan nota kepada pelanggan, karyawan Aulia Laundry memberitahu waktu pengerjaan selesai dalam waktu tiga hari.

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan indikasi masalah diantaranya: (1) berlakunya pakaian tertukar ataupun hilang, (2) keterlambatan dalam menyelesaikan cucian pelanggan, dan (3) hasil cucian yang kurang wangi. Dari permasalahan tersebut, dapat disimpulkan menurunnya omzet pada Usaha Aulia Laundry yakni kualitas pelayanan yang kurang maksimal sehingga tidak sesuai dengan harapan dari pelanggan. Permasalahan selanjutnya adalah Aulia Laundry sebelumnya tidak melakukan survei kepuasan pelanggan sehingga tidak mungkin untuk menentukan seberapa senang konsumen terhadap tingkat bantuan yang diberikan oleh usahanya.

Mengetahui persyaratan dan keinginan yang dimiliki konsumen adalah salah satu cara pemilik perusahaan, di antara banyak hal lainnya, dapat memuaskan pelanggan mereka. Tujuan utama pengusaha *laundry* kiloan adalah kepuasan pelanggan dan pengusaha harus memikirkan agar konsumen mendapatkan pelayanan sesuai yang diharapkan. Pitalong (dalam Wuri 2017 : 6) mengemukakan bahwa definisi dasar pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh manusia, komunitas, atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelanggannya merasakan kepuasan jika diberikan pelayanannya berkualitas. Kualitas sering diartikan sebagai kepuasan pelanggan

(*customer satisfaction*). Tingkat kebahagiaan klien dapat digunakan untuk mengukur hak atau keunggulan suatu barang. Fitur ini mencakup fitur barang yang diberikan dan tambahan yang menyertainya, seperti teknik periklanan, cara pembayaran, pengiriman tepat waktu, dan lainnya. (Suwendra, 2014 : 6).

Saat ini perusahaan jasa pada lingkungan bisnis persaingannya begitu ketat. Di Kota Singaraja sendiri sudah banyak usaha *laundry* kiloan dengan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Isnaini (2020 : 86-87) para pemilik usaha tersebut kini terpaksa harus berjuang dengan berbagai cara karena persaingan yang sengit di industri *laundry* dalam upaya merebut pangsa pasar atau mengembangkan prospek pasar baru untuk mendongkrak penjualan. Dengan semakin banyaknya pesaing di bidang usaha *laundry*, mutu pelayanan jasanya sangatlah mempengaruhi keberhasilannya usahanya itu. Utamanya pada Usaha Aulia Laundry, untuk meningkatkan keberadaan Usaha Aulia Laundry agar di kenal oleh masyarakat luas, maka perlu untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya guna memberikan kepuasan pada pelanggan. Maka dari itu, masyarakatnya melaksanakan pemilihan utamanya Usaha Aulia Laundry.

Tujuan dari usaha jasa *laundry* adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan setelah menggunakan jasanya. Usaha jasa *laundry* yang bisa bertahan adalah usaha jasa *laundry* yang mengutamakan mutu pelayanan. Kian membaik mutu pelayanannya usaha jasa *laundry* itu dapat menciptakan kepuasan pada pelanggan dan penilaian masyarakat pada perusahaan tersebut akan positif.

Kesan konsumen terhadap layanan yang benar-benar mereka terima dan layanan yang benar-benar mereka antisipasi dari kualitas layanan perusahaan dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan. (Harjati, 2015 : 66). Ketika harapan

pelanggan terpenuhi dan pengalaman mereka positif, kualitas dari apa yang mereka terima dianggap sangat baik. Sebaliknya, ketika pertemuan klien negatif dan harapan mereka tidak terpenuhi, kualitas layanan dipandang buruk. Klien, bukan penyedia bantuan, adalah orang yang menentukan apakah suatu layanan baik atau buruk di belakang (Prasastono, 2012 : 16). Garvin (dalam Rumondor, 2020 : 4) menyediakan kerangka kerja untuk analisis strategis dengan mengusulkan delapan karakteristik utama atau kategori kualitas: efektivitas, karakteristik, kesesuaian, ketahanan, fungsionalitas, desain, dan keunggulan secara keseluruhan. Berangkat berbagai proyek penelitian pada sektor jasa yang berbeda, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2019 : 170-171) mampu mengidentifikasi sepuluh pokok mutu jasanya yakni, Reliabilitasnya, Responsivitasnya atau dayatanggap, Kompetensinya, Aksesnya, Kesopanannya, Komunikasinya, Kredibilitasnya, Keamanannya, Kemampuannya terhadap pelanggannya, dan Pembuktian fisiknya. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2019 : 171) menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut kedalam lima dimensi yakni, Bukti fisiknya (*tangibles*), Empatinya (*empathy*), Jaminannya (*assurance*), Daya tanggapnya (*responsiveness*), dan Reliabilitasnya (*reliability*). Dilihat dari ketiga dimensi yang telah dikemukakan oleh para tokoh, pada penilitan ini menggunakan lima dimensi pokok dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Karena layanan jasa *laundry* akan terus berkembang, membuat setiap pemilik usaha *laundry* perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan pada pelanggannya supaya berkepuasan akan jasanya. Berdasarkan hal tersebut, Aulia Laundry diperlukan kepastian sehubungan mutu pelayanannya apakah telah bersesuaian atautkah belum pada kemauannya pelanggan, guna menciptakan kepuasannya pelanggan. Berlandaskan

itu, peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian tentang “*Analisis Kualitas Pelayanan Jasa pada Usaha Aulia Laundry di Kota Singaraja*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah yang diperoleh sebagai berikut.

- 1) Kualitas pelayanan yang diberikan Usaha Aulia Laundry kurang maksimal dengan ditemukannya masalah pakaian hilang atau tertukar dengan pelanggan lainnya.
- 2) Kualitas pelayanan yang diberikan Usaha Aulia Laundry kurang maksimal dengan ditemukannya masalah keterlambatan dalam menyelesaikan cucian pelanggan.
- 3) Kualitas pelayanan yang diberikan Usaha Aulia Laundry kurang maksimal dengan ditemukannya masalah hasil cucian yang kurang wangi.

1.3 Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan, tidak semua masalah yang teridentifikasi dapat dijangkau dalam penelitian ini, sehingga perlu dilakukan suatu pembatasan masalah agar penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang. Pada penelitian ini hanya difokuskan pada analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Aulia Laundry di Kota Singaraja.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan permasalahan tersebut, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari dimensi *tangibles*?
- 2) Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari dimensi *empathy*?
- 3) Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari dimensi *reliability*?
- 4) Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari dimensi *responsiveness*?
- 5) Bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dilihat dari dimensi *assurance*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Menganalisis kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangibles*.
- 2) Menganalisis kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *empathy*.
- 3) Menganalisis kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *reliability*.
- 4) Menganalisis kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *responsiveness*.
- 5) Menganalisis kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *assurance*.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangkan dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran sehubungan Kualitas Pelayanan.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan

pengetahuan tentang analisis kualitas pelayanan jasa pada Usaha Aulia Laundry di Kota Singaraja.

b) Bagi Usaha *Laundry*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan pada Usaha Aulia Laundry, untuk mengambil tindakan guna memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan usahanya.

c) Bagi Undiksha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber referensi kepustakaan bagi para peneliti kedepannya, sehingga mampu memberikan kontribusi ilmiah dan tambahan bukti empiris mengenai kualitas pelayanan.

