

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis dalam bidang jasa yang saat ini berkembang pesat ada beberapa macam, diantaranya jasa transportasi, jasa telekomunikasi dan jasa *laundry*. Bisnis jasa *laundry* merupakan salah satu peluang usaha yang memiliki prospek yang baik di era maju seperti sekarang ini. Hal ini bisa jadi dipengaruhi oleh budaya masyarakat Indonesia dengan tingkat konsumerisme tinggi sehingga membuat usaha ini berkembang pesat. Rasa “malas mencuci” baju sendiri ternyata juga telah merasuki anak muda jaman sekarang. Bukan hanya bagi mereka yang tidak mempunyai waktu untuk mengerjakan sendiri karena kesibukan, padatnya jadwal pekerjaan/pelajaran, tempat mencuci dan menjemur yang kurang luas.

Pada awalnya, bisnis *laundry* atau yang lebih dikenal dengan istilah binatu hanya diperuntukkan bagi kalangan ekonomi menengah ke atas atau *elite*. Artinya, orang-orang yang menggunakan jasa *laundry* hanyalah yang berasal dari kelas menengah ke atas alias orang kaya. Maka dari itu bisnis *laundry* atau binatu berkembang di sekitar perkotaan. Saat ini bisnis jasa *laundry* telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terbukti dengan menjamurnya penyedia jasa *laundry* sampai ke kota-kota kecil di Indonesia.

Jenis pelanggan/konsumen yang menggunakan jasa *laundry* berasal dari berbagai lapisan masyarakat, misalnya dari mahasiswa, karyawan kantor, hingga mereka yang tinggal dalam perumahan. Terkadang rumah tangga yang sudah mempunyai pembantu rumah tangga pun tetap membutuhkan jasa ini dikarenakan adanya jenis-jenis pakaian yang membutuhkan perawatan khusus, seperti jas, kebaya, gaun pesta, pakaian berbahan sutera, boneka, dan lain-lain. Selain itu, jasa *laundry* pun memberikan penawaran khusus kepada golongan tertentu, misalnya paket khusus untuk mahasiswa yakni *laundry* kiloan, *laundry* hemat khas anak kost, dimana harga per kilogramnya lebih murah bila dibandingkan dengan biaya cuci per potong pakaian. Hasil *survey* di sebuah koran harian menyatakan bahwa pangsa pasar terbesar *laundry* kiloan adalah mahasiswa dengan persentase 48%, pekerja 32%, rumah tangga 16%, dan lain-lain sebanyak 4%. Di Indonesia, kebanyakan jasa *laundry* berlokasi di ruko (rumah toko) atau rumah pribadi. Banyak fasilitas yang ditawarkan. Biasanya, antara satu jasa *laundry* dengan yang lainnya berbeda, seperti penggunaan setrika masa kini dan bermerek, melayani antar-jemput pakaian *via* telepon atau sms, menggunakan mesin cuci minimal buka di depan, menggunakan pewangi pakaian yang berkualitas dan lain sebagainya. Fasilitas-fasilitas tersebut termasuk salah satu cara atau tips untuk menarik simpati pelanggan. Biasanya setelah mendapatkan pelanggan tetap, cara lain yang harus dilakukan adalah mempertahankan agar pelanggan tersebut tidak berpindah ke jasa *laundry* lainnya. Hal tersebut merupakan tugas yang cukup

sulit dalam suatu bisnis, mengingat maraknya jasa *laundry* yang bersaing untuk mendapatkan simpati pelanggan. Oleh karena itu, sebisa mungkin pemilik usaha jasa *laundry* harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

Prioritas utama pemilik usaha jasa *laundry* dalam kondisi persaingan yang ketat adalah kepuasan dan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan. Jaminan kualitas ini pula yang saat ini dapat dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Dengan kualitas yang baik, diharapkan dapat memuaskan pelanggan sehingga dengan tingkat kepuasan yang tinggi, pelanggan menjadi loyal terhadap jasa tersebut.

Strategi pemasaran yang baik merupakan hal terpenting yang harus diperhatikan. Pemasaran memiliki andil yang cukup *signifikan* bagi kelangsungan dan perkembangan bisnis. Strategi pemasaran yang bagus adalah kunci kesuksesan dalam suatu usaha. Apapun jenis usaha yang digeluti, khususnya usaha *laundry*, harus memiliki strategi pemasaran yang jitu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan di sekitar lokasi usaha *laundry*. Pembangunan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan banyak hal. Dengan selalu melakukan inovasi-inovasi dalam mengembangkan usaha merupakan salah satu kunci sukses untuk memperoleh

pelanggan banyak. Diantaranya gerai *laundry* menggunakan detergen ramah lingkungan (limbah detergen yang dapat menyuburkan tanaman), menggunakan teknologi *ultraviolet* (air yang digunakan bebas bakteri), memberikan garansi produk, proses pengepakan menggunakan alat *press plastic*, memberikan pelayanan *delivery service* kepada pelanggan, mencuci berdasarkan *washing care label tips*, membuat *membership* khusus, komputerasi dengan *software* khusus dan menggunakan *barcode scanner*. *Simply Fresh Laundry* merupakan sebuah perusahaan waralaba PT. Sushantco Indonesia dari Yogyakarta yang telah berkembang sejak tahun 2006 dan outletnya tersebar di seluruh Indonesia. *Simply Fresh Laundry* merupakan unit usaha yang bergerak di bidang jasa *laundry* atau binatu dengan konsep layanan cuci dan setrika berdasarkan jumlah berat (Kg) cucian konsumen, sehingga harga yang ditawarkan lebih murah dari jasa layanan *laundry* lain, namun tetap mengutamakan kualitas. *Simply Fresh Laundry* sebagai unit usaha yang bergerak dibidang jasa pelayanan *laundry* dituntut untuk memuaskan *customer* (pelanggan).

Simply Fresh Laundry outlet 205 Blitar merupakan salah satu gerai resmi di kota Blitar dari Waralaba PT. Sushantco Indonesia berpusat di Yogyakarta. Outlet 205 Blitar menunjukkan jumlah nomor urut dari outlet-outlet *Simply Fresh Laundry* Waralaba PT. Sushantco Indonesia yang tersebar di seluruh Indonesia. Mulai dari Pulau Sumatera sampai Papua. Tidak berbeda jauh dengan gerai *Simply Fresh Laundry* di kota lain setiap outlet memiliki

standart operasional yang sama. Mulai dari tampak secara fisik, seperti cat tembok dan pintu, teknik mencuci (mengerjakan/memperlakukan pakaian/baju cucian), sampai bagaimana menghadapi pelanggan dan keluhan.

Hal ini dilakukan sesuai dengan perjanjian/hak dan kewajiban antar kerjasama. Waralaba atau dalam istilah asing dikenal dengan *franchise* adalah sebuah konsep bisnis yang dijalankan berdasarkan kontrak antara dua pihak atau lebih yang diikuti dengan kewajiban dan tanggung jawab masing-masing pihak. Kewajiban itu diantaranya adalah bahwa pemberi waralaba/*franchisor* berkewajiban memberi bimbingan, pelatihan dan pengawasan mutu terhadap kegiatan operasional bisnis yang dijalankan kepada penerima waralaba/*franchisee*. Sebaliknya, *franchisee* mempunyai kewajiban dan tanggung jawab untuk menjalankan seluruh ketentuan dan prosedur yang ditentukan oleh *franchisor*. Bisnis *laundry* memang mengandalkan jasa, sehingga berorientasi pada kepuasan pelanggan. Mendapatkan pelanggan yang loyal merupakan suatu keberhasilan bagi bisnis ini. Berdasarkan pemikiran tersebut maka pendekatan yang dilakukan mengarah pada pengaruh keputusan registrasi member berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Maka judul penelitian ini adalah “Analisis Terhadap Keputusan Registrasi Member *Simply Fresh Laundry* outlet 205 Blitar untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”.

B. Permasalahan

Kelancaran dan kesuksesan bisnis *laundry* juga sangat tergantung pada pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Konsumen atau pelanggan akan kembali menggunakan jasa *laundry* jika pelayanannya memuaskan. Namun sebaliknya, jika pelayanan kurang memuaskan atau tidak nyaman, maka konsumen/pelanggan tidak segan-segan untuk berpindah ke tempat lain. Aspek pemasaran merupakan salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam hal ini *Simply Fresh Laundry Outlet* 205 Blitar dengan menawarkan kartu member sebagai salah satu cara menarik minat pelanggan. Beberapa hal terjadi sehubungan dengan proses penawaran untuk menjadi anggota member. Diantaranya adalah untuk mendaftarkan diri menjadi anggota member, pelanggan harus melunasi biaya administrasi dan membayar deposit awal sebesar Rp. 100.000,00 (seratus ribu rupiah). Hal ini membuat pelanggan merasa was-was akan ketentuan tersebut. Meskipun uang tersebut akan digunakan untuk kepentingan pelanggan sendiri. Di situasi lain, ketentuan ini dianggap merugikan pelanggan selain harus membayar deposit awal, pelanggan yang sudah menjadi anggota member, *member card* hanya dapat digunakan untuk transaksi hanya di outlet dimana pelanggan tersebut mendaftarkan diri pertama kali. Meskipun dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan dan mendapat perlakuan berbeda daripada pelanggan non member ternyata belum mampu menarik minat seluruh pelanggan untuk menjadi

anggota member. Dari seluruh pelanggan yang telah melakukan transaksi di *Simply Fresh Laundry* outlet 205 Blitar tercatat hanya 0.005% yang telah melakukan *registrasi member*.

C. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah

Bagaimana meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui program registrasi member yang efektif di *Simply Fresh Laundry* outlet 205 Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dalam Penelitian ini adalah

Untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui program registrasi member yang efektif di *Simply Fresh Laundry* outlet 205 Blitar

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah pengalaman dan wawasan serta belajar menganalisis suatu masalah sampai pada pengambilan keputusan dan kesimpulan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemilik perusahaan, khususnya bagi *Simply Fresh Laundry* Outlet 205 Blitar dalam menarik pelanggan untuk menjadi anggota member baru.

3. Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai penambahan daftar pustaka STIE Kesuma Negara Blitar dan untuk kepentingan penelitian selanjutnya.