

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini kewirausahaan dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi salah satu pelaku utama pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan dan pembangunan masyarakat. Pesatnya perkembangan dunia usaha menyebabkan para pemilik usaha saling bersaing untuk mendapatkan jumlah konsumen terbesar, mencari peluang untuk memperluas pangsa pasar agar dapat lebih unggul dalam persaingan dan meningkatkan penjualan. Banyaknya perusahaan yang ikut ambil bagian memberi dampak terhadap aspek sosial dan ekonomi, sehingga semakin dibutuhkan keberadaan perusahaan jasa.

Semakin banyaknya pengusaha baru yang bermunculan membuat para pemilik usaha khususnya dibidang jasa harus berupaya mempertahankan usahanya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas dan dihargai serta memberikan inovasi atau pembeda dari usaha lainnya agar dapat bertahan dan ikut bersaing dengan usaha-usaha baru yang bermunculan. Perusahaan harus menjaga kepercayaan pelanggan agar tetap menggunakan jasa yang dihasilkan.

Pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis bergerak cukup pesat khususnya di sektor jasa. Seluruh bidang usaha terus berupaya meningkatkan dan mengoptimalkan usahanya agar menjadi yang terdepan dalam persaingan usaha. Setiap perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitasnya supaya konsumen merasa nyaman dan puas dengan jasa yang dihasilkan. Hal ini

bertujuan untuk menjaga dan mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan pendapatan usaha.

Keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada konsep kualitas pelayanan. Pentingnya peningkatan kesadaran dan ketepatan dalam menggunakan strategi untuk melayani pelanggan akan berpengaruh besar terhadap usaha. Pelanggan yang merasa nyaman dan puas terhadap jasa yang diberikan akan lebih mudah memutuskan untuk melakukan pembelian berulang yang akan meningkatkan pendapatan usaha. Salah satu usaha untuk menarik konsumen pengguna jasa ialah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah penggunaan jasa. Kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu strategi untuk meningkatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Dalam persaingan bisnis yang semakin intensif, kepuasan pelanggan menjadi fondasi utama bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan. Pelayanan prima atau yang dikenal dengan *excellent service* merupakan tindakan atau upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan maksimal agar pelanggan bisa mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Pelanggan yang nyaman dan puas cenderung menjadi pelanggan setia, melakukan pembelian berulang bahkan bisa merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini menjadikan pelayanan prima bukan hanya sekedar nilai tambah, melainkan sebuah keharusan strategi bagi setiap perusahaan khususnya dibidang jasa.

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, gaya hidup masyarakat mengalami perubahan yang signifikan. Arah gaya hidup modern dan kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk menggunakan waktu yang lebih banyak untuk bekerja dan kegiatan produktif lainnya, yang menciptakan gaya hidup praktis dan hasil yang cepat. Hal ini meningkatkan kebutuhan akan layanan jasa yang praktis dan efisien, salah satunya ialah jasa *laundry*. Jasa *laundry* banyak digunakan karena menawarkan kemudahan dan solusi bagi masyarakat yang banyak beraktifitas sehingga tidak memiliki waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah seperti mencuci dan menyetrica pakaian.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk, meningkatnya kesadaran akan pentingnya kebersihan dan kerapian serta memakan banyak waktu untuk mencuci dan menyetrica pakaian sehingga mendorong untuk menggunakan jasa *laundry*. Dalam Bahasa Indonesia istilah *laundry* memiliki makna yang sama dengan “binatu” yaitu berhubungan dengan jasa mencuci baju. Definisi *laundry* menurut Samosir (2014) dalam penelitian (Fatah, 2016) adalah usaha *laundry* adalah usaha yang bergerak dibidang jasa cuci dan setrika. Istilah *laundry* mempunyai dua makna yang saling berkaitan, bisa diartikan pada aktivitas atau kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil, atau juga bermakna sebagai tempat atau fasilitas yang berfungsi untuk kegiatan pencucian pakaian atau bahan tekstil. *Laundry* adalah usaha yang menjanjikan terlebih bagi mereka yang tinggal di sekitar kost atau apartemen.

Bisnis *laundry* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Selama tahun 2021-2022 diperkirakan tumbuh sebesar

50%. Pertumbuhan ini terutama disebabkan oleh kesadaran masyarakat tentang mencuci pakaian *laundry* jauh lebih bersih dan efisien. Menurut data dari asosiasi *laundry* Indonesia, nilai pasar industri *laundry* di Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp. 10 triliun dengan pertumbuhan dalam setahun sebanyak 15%. Data ini menunjukkan bahwa bisnis *laundry* adalah sektor yang menjanjikan. Namun disayangkan lebih dari 70% pelaku usaha *laundry* skala kecil dan menengah kesulitan menjaga efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan ditengah persaingan yang semakin kompetitif. (Maulana, 2024)

Saat ini usaha *S Laundry* menunjukkan banyaknya pesaing baru yang bermunculan. Ada banyak usaha *laundry* lain yang menawarkan jasa serupa, mulai dari *laundry* kiloan, *laundry* satuan dan *laundry* premium. Akibatnya pelanggan memiliki banyak pilihan dan pelanggan tidak ragu untuk beralih ke *laundry* lain jika dia tidak merasa puas. Dalam lingkungan persaingan yang ketat, aspek kualitas menjadi pembeda utama. *S Laundry* harus berusaha secara konsisten memastikan bahwa pakaian pelanggan dicuci bersih, tidak rusak, wangi dan dikembalikan tepat waktu.

Kualitas pelayanan tidak hanya berfokus pada proses pengerjaan tetapi juga mencakup aspek non teknis yaitu pada keramahan karyawan, kemudahan saat proses pemesanan dan penyelesaian keinginan atau keluhan pelanggan secara responsif. Jika aspek kualitas ini tidak dijaga dengan sebaik-baiknya kemungkinan besar pelanggan dengan mudah akan beralih ke *laundry* lain dan *S Laundry* akan kesulitan menarik kembali pelanggan yang sudah beralih dan mencari pelanggan baru di tengah banyaknya pilihan yang tersedia.

Di tengah pertempuran persaingan dan tuntutan kualitas *S Laundry* harus melakukan berbagai hal untuk mempertahankan eksistensinya. Hal itu bisa berupa inovasi layanan misalnya layanan antar jemput, promosi yang menarik hingga membangun citra merek yang kuat. Tanpa upaya tersebut *S Laundry* akan berisiko kalah bersaing dan bergeser dari pasar.

Menjaga konsistensi dalam memberikan kualitas pelayanan akan membangun kepercayaan pelanggan dan bertanggung jawab saat terjadi masalah pada pesanan pelanggan. Penerapan strategi yang tepat akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia bahkan bisa merekomendasikan *laundry* yang mereka sukai pada orang lain. Kepercayaan dan kepuasan pelanggan merupakan hasil akhir dari upaya menjaga konsistensi kualitas pelayanan juga fondasi bagi keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, terutama pada bisnis yang sangat tergantung pada proses pelayanan dan reputasi seperti usaha *laundry*.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bermaksud untuk mempertegas ruang lingkup masalah yang dibahas dan membatasi lingkup penelitian agar terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang dibahas. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dapat menjadi fokus penelitian adalah “Strategi penerapan pelayanan prima pada usaha *S Laundry* di Kabupaten Hulu Sungai Utara”.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dibahas tersebut dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategi pelayanan prima yang diterapkan pada usaha S *Laundry*?
2. Faktor-faktor yang signifikan yang mempengaruhi penerapan pelayanan prima di usaha S *Laundry*?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui strategi penerapan pelayanan prima pada usaha S *Laundry*.
 - b. Untuk mengetahui faktor-faktor signifikan yang mempengaruhi penerapan pelayanan prima di S *Laundry*.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran mengenai pelayanan prima. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan literatur untuk penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan bagi usaha S *Laundry* mengenai strategi penerapan pelayanan prima.