

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor jasa di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan tersebut didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengedepankan kepraktisan, efisiensi waktu, serta kemudahan dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari. Perubahan tersebut juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang terus berkembang dan memberikan kemudahan dalam menjalankan berbagai aktivitas. Salah satu bidang jasa yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah usaha *laundry*. Kehadiran usaha ini menjadi alternatif bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu untuk mencuci pakaian akibat padatnya aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, jasa *laundry* semakin banyak dimanfaatkan oleh berbagai lapisan masyarakat, seperti mahasiswa, karyawan, maupun ibu rumah tangga, sebagai solusi yang praktis dan efisien dalam memenuhi kebutuhan perawatan pakaian.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang praktis, usaha *laundry* terus mengalami perkembangan di berbagai daerah. Peluang usaha yang cukup menjanjikan menyebabkan jumlah pelaku usaha *laundry* semakin bertambah, sehingga persaingan antar penyedia jasa menjadi semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu memberikan kualitas layanan yang baik serta menetapkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan demikian, pelanggan akan merasa puas dan terdorong untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan, sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.

Kota Lhokseumawe merupakan salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan usaha jasa *laundry* yang cukup pesat. Sebagai kota yang memiliki aktivitas ekonomi, pendidikan, dan sosial yang terus berkembang, Lhokseumawe menjadi wilayah yang potensial bagi pertumbuhan berbagai usaha jasa. Di Desa Blang Pulo sendiri terdapat sekitar 12 usaha *laundry* yang beroperasi, sehingga menciptakan tingkat persaingan yang cukup tinggi. Selain itu, keberadaan sejumlah perguruan tinggi serta kawasan industri di sekitar wilayah tersebut turut mendorong meningkatnya kebutuhan akan layanan *laundry* yang cepat, berkualitas, dan terpercaya. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui penyediaan kualitas layanan yang optimal.

Medan *laundry* merupakan salah satu usaha jasa *laundry* yang mulai beroperasi di Desa Blang Pulo pada tahun 2023. Meskipun tergolong sebagai usaha yang relatif baru, Medan *laundry* memiliki beberapa keunggulan yang menjadi nilai tambah dibandingkan usaha *laundry* lainnya di wilayah tersebut. Usaha ini menyediakan layanan antar-jemput pakaian yang memudahkan pelanggan, khususnya bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, lokasi usaha yang berada di kawasan strategis dengan kepadatan penduduk yang tinggi menjadikan Medan *laundry* mudah dijangkau oleh masyarakat. Keunggulan lainnya adalah penerapan kebijakan pemberian ganti rugi apabila terjadi kehilangan atau kerusakan pakaian selama proses pencucian. Kebijakan tersebut memberikan rasa aman serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Berbagai keunggulan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan di tengah persaingan usaha *laundry* yang semakin kompetitif.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan suatu usaha, karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga dapat memperkuat hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kurniasari & Sugiyanto, 2020).

Persepsi harga merupakan evaluasi pelanggan terhadap kesesuaian antara harga yang harus dibayarkan dengan manfaat serta kualitas layanan yang diterima. Persepsi harga yang positif akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong terbentuknya loyalitas, sedangkan persepsi bahwa harga terlalu tinggi dapat mengurangi minat pelanggan untuk tetap menggunakan jasa dan mendorong mereka beralih ke penyedia jasa lain (Putra, 2021).

Tabel 1. 1
Daftar Harga Jasa Cuci Medan *Laundry*

No	Paket Cuci	Harga	Keterangan
1	Cuci <i>Express</i> 1 kg (5 jam)	Rp. 15.000	Layanan <i>Express</i>
2	Cuci Saja 1 kg	Rp. 3.000	Per kilogram
3	Cuci Kering 6 kg	Rp. 25.000	Paket ekonomis
4	Cuci Kering Setrika 1 kg	Rp. 7.000	Termasuk setrika
5	Setrika Saja 1 kg	Rp. 5.000	Hanya setrika
6	Cuci Satuan Jas	Rp. 20.000	Per item
7	Cuci Satuan Celana Jeans	Rp. 15.000	Per item
8	Cuci Satuan Gamis	Rp. 15.000	Per item
9	Cuci Bed Cover Queen Size	Rp. 30.000	Per item
10	Cuci Bed Cover King Size	Rp. 35.000	Per item
11	Cuci Boneka Besar	Rp. 50.000	Per item
12	Cuci Boneka Sedang	Rp. 35.000	Per item
13	Cuci Boneka Kecil	Rp. 20.000	Per item
14	Cuci Selimut/Seprei	Rp. 20.000	Per item

Sumber: Data Medan *Laundry* (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa Medan *Laundry* menyediakan berbagai pilihan layanan dengan tarif yang berbeda-beda sesuai dengan jenis paket yang ditawarkan serta kebutuhan pelanggan. Variasi layanan dan penetapan harga tersebut menunjukkan upaya Medan *Laundry* dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dari berbagai segmen dengan tingkat kemampuan finansial dan preferensi layanan yang beragam.

Loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa secara berkelanjutan, merekomendasikannya kepada orang lain, serta tetap memilih perusahaan meskipun tersedia berbagai alternatif dari pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kualitas layanan yang unggul dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima pelanggan guna meningkatkan kepuasan sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan (Hidayat, 2020).

Dalam konteks usaha *laundry*, loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting karena keberlangsungan usaha sangat bergantung pada penggunaan jasa secara berulang. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas layanan serta menilai harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima cenderung akan kembali menggunakan jasa *laundry* yang sama. Sebaliknya, apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap layanan atau menganggap harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan harapan, mereka akan lebih mudah beralih ke penyedia jasa lain yang dinilai mampu memberikan layanan dan nilai yang lebih baik.

Fenomena persaingan usaha *laundry* saat ini menunjukkan bahwa pelanggan semakin kritis dan selektif dalam menentukan pilihan. Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh kualitas layanan

yang diberikan, seperti kebersihan hasil cucian, ketepatan waktu penyelesaian, keramahan dan profesionalisme karyawan, serta keamanan pakaian selama proses pencucian. Selain itu, pelanggan juga cenderung membandingkan harga yang ditawarkan dengan manfaat yang diperoleh sebelum memutuskan untuk menggunakan kembali suatu jasa *laundry*. Oleh karena itu, kualitas layanan dan persepsi harga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan sekaligus membentuk loyalitas pelanggan terhadap usaha *laundry*.

Untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi kualitas layanan, persepsi harga dan loyalitas pelanggan pada Medan *laundry* di Desa Blang Pulo, peneliti melakukan pra-survei terhadap 30 responden yang pernah menggunakan jasa *laundry* tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan, kesesuaian harga yang ditawarkan, serta tingkat loyalitas mereka dalam menggunakan jasa Medan *laundry*. Pra-survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, sehingga mampu memberikan gambaran awal mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Informasi yang diperoleh dari pra-survei digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi permasalahan penelitian yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil pra-survei juga menjadi dasar bagi peneliti dalam memperkuat fenomena penelitian serta menunjukkan adanya kondisi yang perlu dikaji lebih lanjut melalui penelitian yang lebih mendalam. Dengan demikian, hasil pra-survei diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi aktual yang terjadi pada Medan *Laundry*. Adapun hasil pra-survei tersebut dapat disajikan pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2
Berdasarkan Pra Survei terhadap 30 Responden

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Medan <i>Laundry</i> menyelesaikan cucian tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan	9	30%	16	53,3 %	4	13,3 %	1	3,3 %	0	0%
2	Medan <i>Laundry</i> cepat dan tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan	5	16,6 %	19	63,3 %	5	16,6 %	0	0%	1	3,3 %
3	Hasil cucian Medan <i>Laundry</i> bersih dan rapi	8	26,6 %	15	50%	6	20%	1	3,3 %	0	0%
4	Harga jasa Medan <i>Laundry</i> terjangkau	8	26,6 %	15	50%	4	13,3 %	2	6,6 %	1	3,3 %
5	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima	7	23,3 %	18	60%	5	16,6 %	0	0%	0	%
6	Harga Medan <i>Laundry</i> adil dan kompetitif dibandingkan <i>Laundry</i> lain	6	20%	16	53,3 %	7	23,3 %	1	3,3 %	0	0%
7	Berminat kembali menggunakan jasa Medan <i>Laundry</i>	6	20%	16	53,3 %	7	23,3 %	1	3,3 %	0	0%
8	Tetap memilih Medan <i>Laundry</i>	8	26,6 %	8	26,6 %	11	36,6 %	3	10 %	0	0%

No	Pernyataan	Sangat Setuju		Setuju		Netral		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	meskipun banyak pesaing lain										
9	Merekomendasikan Medan <i>Laundry</i> kepada orang lain	6	20%	11	36,6 %	12	40%	0	0%	1	3,3 %

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden sebagaimana disajikan pada Tabel 1.2, sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas layanan Medan *Laundry*. Hal ini terlihat dari 83,3% responden yang menyatakan setuju bahwa Medan *Laundry* mampu menyelesaikan cucian tepat waktu, 79,9% responden menilai karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, serta 76,6% responden menyatakan bahwa hasil cucian bersih dan rapi.

Berdasarkan aspek persepsi harga, mayoritas responden juga memberikan penilaian yang positif. Sebanyak 76,6% responden menilai bahwa harga jasa Medan *Laundry* tergolong terjangkau, sedangkan 83,3% responden menyatakan bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima. Selain itu, 73,3% responden berpendapat bahwa harga yang ditetapkan cukup adil dan kompetitif dibandingkan dengan usaha *laundry* lainnya. Namun, masih terdapat 13,3% responden yang memberikan jawaban netral mengenai keterjangkauan harga dan 23,3% responden yang bersikap netral terhadap keadilan harga.

Berdasarkan hasil pra-survei pada aspek loyalitas pelanggan, sebanyak 73,3% responden menyatakan berminat untuk kembali menggunakan jasa Medan

Laundry. Namun, hanya 53,2% responden yang menyatakan tetap memilih Medan *Laundry* meskipun terdapat banyak usaha *laundry* lain sebagai alternatif, sedangkan 36,6% responden memberikan jawaban netral. Selain itu, 56,6% responden menyatakan bersedia merekomendasikan Medan *Laundry* kepada orang lain, sementara 40% responden memilih jawaban netral.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Medan *Laundry* di Desa Blang Pulo. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai hubungan antarvariabel berdasarkan data empiris yang diperoleh dari pelanggan. Penggunaan analisis statistik dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun sebagai bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, Dalam menjalankan usahanya, tantangan bagi Medan *Laundry* dalam mempertahankan pelanggan agar tetap memilih dan menggunakan jasanya secara berkelanjutan adalah dengan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan serta persepsi pelanggan terhadap harga yang ditetapkan sebagai bagian penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan menghadapi persaingan usaha *laundry* di Desa Blang Pulo, Kota Lhokseumawe. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Medan *Laundry* di Desa Blang Pulo, Kota Lhokseumawe.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*?
3. Apakah kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Medan *Laundry*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami mengenai kualitas layanan, persepsi harga, dan loyalitas pelanggan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga.

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pengetahuan bagi pembaca.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap pengetahuan yang telah didapat mengenai ilmu administrasi bisnis.