

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Era persaingan bisnis global saat ini, fokus pada konsumen yang mana konsumen menjadi pilihan yang strategis bagi dunia industri ataupun dunia usaha dalam persaingan di dunia industri yang mana semakin berkembang pesat sekarang ini. Badan usaha dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.¹ Amat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas.²Salah satu usaha instansi maupun perusahaan untuk mewujudkan layanan prima dengan memberikan bantuan layanan optimal kepada seluruh pelanggan. Supaya pengguna jasa pertama bersedia kembali. Ciptakan kesan pertama prima di hati pelanggan. Caranya dengan mengucapkan terimakasih setiap transaksi; survei kepuasan pelanggan dan perbaiki kesalahan dengan dengan kompensasi; membuat data pelanggan untuk berkomunikasi dengannya.

Pelayanan prima mempunyai tujuan akhir untuk mencegah pembelotan dan membangaun kesetiaan pelanggan. Pembelotan atau berpalingnya pelanggan bisa

¹ Haris Fadilla, Aulia F. Hadining, Rianita Puapa Sari, “Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance performance analysis (IPA) dan customer Sasisfaction index (CSI),” *Departemen Teknik Industri*, vol. 15, No. 1, (januari 2020) hlm. 2

² Fandy tjiptono, Anastasia Diana, *pelanggan puas? Tak cukup!*, (yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2015). Hlm. .3

di sebabkan oleh kasalahan dalam pemberian pelayanan dan kesalahan sistem yang digunakan dalam melayani pelanggan sehingga nilai tambah layanan dan produk harus ditingkatkan di era kompetisi bisnis.³

³Wildan Zulkarnain, Raden Bambang Sumarsono, *Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima*, (Bandung: pt remaja rosdakarya, 2018). Hlm. 217, 226-227

Kebutuhan manusia adalah (*human needs*) adalah suatu rasa yang timbul secara alami dari dalam diri manusia untuk memenuhi segala sesuatu yang diperlukan dalam kehidupannya. Kebutuhan-kebutuhan ini kemudian memunculkan keinginan manusia (*human wants*) untuk memperoleh sesuatu yang dibutuhkan tersebut sebagai alat pemuas kebutuhan hidupnya.⁴ Ketika alat-alat pemuas kebutuhan yang berupa barang atau jasa tidak dapat disediakan sendiri, tentu saja diperlakukan jasa atau layanan (*service*) dari pihak lain yang mempunyai alat-alat pemuas kebutuhan tersebut.⁵

Melihat banyaknya tuntutan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan pribadi tersebut, maka perlahan-lahan mulai berkembang suatu pelayanan jasa yang memberikan kemudahan dalam hal pencucian pakaian yang disebut dengan jasa laundry. Dengan banyaknya jasa laundry yang berada intensitas persaingan yang semakin meningkatkan menuntut suatu perusahaan untuk merancang strategi bersaing dalam dunia bisnis.⁶

Kualitas produk atau jasa yang diberikan dapat menentukan kepuasan pelanggan, sehingga menjadi prioritas utama perusahaan untuk dijadikan tolak ukur keunggulan dalam bersaing. Tolak ukur Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh konsumen baik itu perasaan senang, puas ataupun

⁴Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo). Hlm. 4.

⁵ Ibid hlm. 4-5

⁶Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo). Hlm. 14-15

kecewa setelah konsumen membandingkan hasil antara kualitas kinerja suatu produk atau jasa dengan suatu kinerja yang diharapkan.⁷

Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek. Akan tetapi, hasilnya bisa dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.

Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek melainkan bisa dituai dimasa depan.⁸Cara mewujudkannya dengan memenuhi harapan pelanggan dengan ditunjukkan oleh kinerja perusahaan dalam penyampaian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Othman dan Owen telah memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL dan menambahkan dimensi *compliance/kepatuhan* (kepatuhan terhadap syariat Islam) didalamnya keenam

⁷ Asmara Indahingwati, *Kepuasan konsumen dan citra institusi kepolisian pada kualitas layanan SIM Corner di Indonesia*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing). Hlm. 31

⁸Tjiptono, Diana, *pelanggan puas? Tak cukup!*, (yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2015). Hlm. 11.

dimensi tersebut dikenal dengan CARTER model, *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness (CARTER)*.

Hal ini di dasari oleh jasa laundry Joiz yang berlokasi di jalan Trunojoyo Kec. Pamekasan Kab. Pamekasan. Dalam persaingan usaha jasa laundry Joiz dituntut untuk lebih konsisten dalam meningkatkan mutu pelayanan terhadap pengguna jasa laundry. Yang harus dioptimalkan dalam bentuk pelayanan, baik dari mencuci, menyetrika, dan memberi pengharum serta mengantar cucian kepada konsumen, selain itu juga perlu menyambut pelanggan dengan hangat.

Mengingat saat ini usaha di bidang jasa laundry sedang berkembang diberbagai kota dan daerah termasuk di Pamekasan. Maka persaingan antara jasa laundry juga akan semakin ketat. Dikarenakan banyaknya jasa laundry konsumen tidak hanya menggunakan satu jasa laundry akan tetapi pelanggan akan mencari tempat jasa laundry yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kualitas yang sesuai dengan harapan.

Maraknya orang yang membuka usaha jasa laundry tidak menjadi kelemahan akan tetapi menjadi tantangan bagi usaha laundry Joiz untuk mempertahankan mutu di mata pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. berdasarkan pengamatan banyaknya cucian yang memenuhi rak tempat baju dan banyaknya baju kotor milik pelanggan setiap harinya. Metode pembayarannya bisa dilakukan secara cash sebelum atau sesudah cucian selesai dan menerima pembayaran transfer. Laundry Joiz yang terletak

dijalan Trunojoyo merupakan usaha jasa cuci yang sudah merintis usahanya kurang lebih tiga tahun dengan pelayanan yang ada di laundry Joiz sudah termasuk kepada kualitas pelayanan dilihat dari dimensi CARTER Model.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, membawa peneliti untuk melakukan penelitian tentang pelayanan berdasarkan teori CARTER Model yang dilaksanakan di usaha jasa laundry yang menjadi kepuasan tersendiri dengan kualitas yang diberikan laundry Joiz. maka dari itu peneliti mengangkat judul “CARTER Model pada Pelayanan Jasa Laundry Joiz Pamekasan”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Laundry Joiz Pamekasan dalam CARTER Model?
2. Bagaimana respon pelanggan dengan pelayanan CARTER Model di Laundry Joiz Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari fokus penelitian di atas sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di jasa Laundry Joiz Pamekasan dalam CARTER model
2. Untuk mengetahui respon pelanggan dalam menggunakan jasa Laundry Joiz Pamekasan dengan pelayanan CARTER Model

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai hal. Diantaranya sebagai berikut

1. Kegunaan Teoritis

Sebuah rujukan referensi untuk peneliti berikutnya yang ingin menganalisis penelitian mengenai kualitas pelayanan Jasa dalam Kepuasan Pelanggan perspektif Islam

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis sebagai berikut:

a. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini sebagai suatu sumbangsi pemikiran terhadap literatur perpustakaan yang dapat dibaca oleh mahasiswa dan juga sebagai kajian bagi mahasiswa yang lain dalam memperkaya refrensi baik hal itu untuk keperluan tugas penelitian ataupun tugas Akademik.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana menambah wawasan bagi seorang peneliti mengenai carter model terhadap pelayanan jasa laundry Joiz dan juga sebagai bukti sumber ilmu yang sudah didapatkan dibangku kuliah.

E. Definisi Istilah

untuk mengatasi ketidak pahaman makna serta perbedaan pengertian makna, maka diperlukan adanya definisi istilah dalam setiap penulisan karya ilmiah. Istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

1. CARTER Model

CARTER Model sebagai pengukur kualitas pelayanan yang mana dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. CARTER adalah singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness (CARTER)*.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak, tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.⁹

3. Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang. Sifat jasa yang lebih abstrak dibandingkan menjadikan kualitas jasa lebih sulit diukur.¹⁰ Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.¹¹

Definisi yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas dikemukakan oleh Gronross jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas

⁹M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Rajarafindo persada, 2005). Hlm. 11

¹⁰ Tony wijaya, *manajemen kualitas jasa desain servqual, QFD, dan kano*, (Jakarta: PT INDEKS, 2018). Hlm. 3

¹¹ Fandi tjiptono, *pemasaran jasa prinsip penerapan penelitian* (Yogyakarta: C.V ANDI QFFSET 2019). Hlm. 29

Intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan / sumber daya fisik atau barang dan atau penyediaan jasa, yang disediakan sebagai solusi dan masalah pelanggan.¹²

F. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan, peneliti mencari literatur yang berkenaan dengan judul ini. proses penelitian ini bertujuan untuk menghindari pengulangan sekaligus sebagai pembeda dengan penelitian yang sebelumnya.

1. R. Susanti, Tonich, R. Alexandro, *Kualitas Pelayanan Jasa pada Laundry Ririn di Jalan G. Obos XII kota Palangka Raya. dan kepuasan pelanggan pada pelayanan di jasa laundry Ririn*. Kesimpulan hasil dari penelitian ini dari lima dimensi tolak ukur kualitas pelayanan yang digunakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di laundry Ririn di Jalan G. Obos XII kota Palangka Raya sangat baik.¹³

Perbedaannya terdapat pada dimensi pengukur kualitas pelayanan, dalam penelitian ini menggunakan servqual, dan lokasi penelitian di laundry Ririn G. Obos XII Palangka Raya, sedangkan di penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori CARTER model, lokasinya terletak di jl. Trunojoyo Pamekasan. persamaanya dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan jasa pada laundry.

¹² Fandi Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016). Hlm. 13

¹³ R. Susanti, Tonich, R. Alexandro, "Kualitas Pelayanan Jasa pada Usaha Laundry Ririn di Jalan G. Obos XII Kota Palangka Raya," *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, p-ISSN 2355-0236 e-ISSN 2684-6985, (Desember, 2019): <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>. Hlm. 250

2. Mochtar Luthfi, Fatmia Haspita. B, *Analisi kualitas Pelayanan Terhadap Jasa ‘‘Laundry’’*. Hasil dari penelitian dengan menerapkan kualitas pelayanan (Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik) untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Hal ini memudahkan usaha dalam bidang jasa usaha laundry dalam menjalankan usaha tersebut untuk berkembangnya suatu usaha bisnis laundry. Faktor pendukung dalam usaha laundry adalah adanya kesibukan masyarakat yang semakin meningkat, faktor penghambat yakni persaingan yang semakin ketat dan pemadaman listrik.¹⁴

Perbedaannya penelitian ini menggunakan dimensi servqual dan juga strategi pemasaran, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori CARTER Model. Sedangkan persamannya, sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan pada jasa laundry

3. Roby Sentosa, Laura Lahinda, Linda Gandajaya. *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Quality Function Deployment pada Laundry Cirebon*. Kesimpulan hasil dari penelitian ini yang dinilai penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan *Modern Laundry* adalah karyawan *Laundry* berseragam kerja, *Laundry* memiliki gedung yang terlihat menarik dari luar, pihak *Laundry* memiliki armada yang memadai dalam *take and delivery* pakaian, lama pengerjaan sesuai dengan waktu yang telah disepakati

¹⁴ Mochtar Luthfi, Fatmia aspita. B, “Analisi Kualitas Pelayanan terhadap Usaha Bisnis “Laundry”,” *Journal of Business Administration*, vol 1 No 1, (Oktober, 2018): 59

sebelumnya, karyawan selalu siap dalam merespon permintaan pelanggan, pihak *Laundry* cepat dalam menangani transaksi pengambilan dan pengiriman pakaian, pihak *Laundry* menawarkan bantuan kepada pelanggan, adanya jaminan ganti rugi kehilangan dari pihak *Laundry*, pihak *Laundry* memiliki karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas pihak *Laundry* memiliki karyawan yang dapat dipercaya (jujur), *Laundry* memiliki jam operasional yang tepat waktu, dan pihak *Laundry* memiliki karyawan yang pandai dalam berkomunikasi (tidak terjadi miskomunikasi).¹⁵

Perbedaannya penelitian ini menggunakan metode QFD dan lokasi penelitian di modern laundry Cirebon sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan teori CARTER Model dan lokasi penelitian terletak di jalan Trunojoyo Pamekasan. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang diangkat oleh peneliti ialah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan pada jasa laundry.

¹⁵ Roby Sentosa, Laura Lahindah, "Linda Gandajaya, Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Quality Function Deployment pada Modern Laundry Cirebon," *Departemen Manajemen*, volume 25 No 1, (2021). Hlm. 93