

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pergeseran gaya hidup yang semakin sempit dan dinamis menuntut adanya pengaturan waktu yang terbaik. Tidak semua orang memiliki keterampilan membagi waktu, terutama dalam hal sepele. Perubahan gaya hidup, cara berpikir dan tuntutan kebutuhan finansial membuat masyarakat terutama di kota besar tumbuh menjadi keluarga yang sangat sibuk dengan berbagai tugas pekerjaan. Seperti halnya mencuci dan menyetrika pakaian, pekerjaan ini seringkali menyita waktu dan membutuhkan bantuan orang lain. Jadi bayangkan jika itu tidak bisa ditangani setiap hari, maka pakaian akan menumpuk, bau dan rusak. Sebaliknya, mereka pasti akan mempertimbangkan untuk menggunakan jasa *laundry* (Aswi, 2009).

Seringkali calon pelanggan membandingkan produk atau jasa sebelum mengambil keputusan pembelian untuk mendapatkan produk atau jasa yang sesuai oleh pembeli. Sangat penting bagi pengusaha untuk memahami perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Pemahaman ini berguna bagi pengusaha menyusun strategi pemasaran yang tepat. Perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa dapat berbeda-beda, mereka memilih apa yang mereka inginkan. Perilaku konsumen adalah tindakan, proses dan hubungan sosial individu, kelompok dan organisasi dalam memperoleh, menggunakan atau sebaliknya yang dihasilkan dari pengalaman dengan produk atau jasa tersebut. Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Dengan adanya perilaku konsumen terhadap sebuah jasa berpengaruh juga terhadap pengelolaan hubungan dengan pelanggan (Majid, 2022).

Pengelolaan hubungan pelanggan pada dasarnya mengenai tentang membangun hubungan pelanggan jangka panjang yang menguntungkan

kedua belah pihak. Pentingnya hubungan jangka panjang ini diakui dalam beberapa bidang manajemen pemasaran, termasuk pemasaran industri. Perusahaan yang menerapkan manajemen hubungan pelanggan yang baik adalah perusahaan yang aktivitasnya didasarkan pada kepentingan pelanggan (*customer-driven enterprise*). Ini adalah perusahaan yang bertahan lama di pasar. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan melihat segalanya melalui mata pelanggan dan memastikan pelanggan menerima pelayanan yang baik. Oleh karena itu, tantangan selanjutnya bagi perusahaan adalah terus mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pelanggan dan menggunakannya untuk memperkuat bisnis dengan pelanggan (Triatity, 2010).

Khususnya di kota Bekasi, banyak masyarakat yang menginginkan sesuatu dengan cepat. Oleh sebab itu masyarakat di perkotaan bergerak sangat cepat, sehingga banyak orang yang hanya memiliki sedikit waktu untuk beraktivitas sehari-hari. Oleh karena itu masyarakat banyak mencari jasa mencuci dan setrika pakaian secara instan dan murah, praktis, hemat waktu dan tenaga. Perubahan gaya hidup, pola pikir dan tuntutan hidup yang terus berkembang menumbuhkan peluang bisnis berupa jasa *laundry*. Usaha *laundry* biasanya tumbuh di berbagai daerah, terutama disekitar kampus dan didekat kos, hotel dan pemukiman penduduk. Fungsi *laundry* sendiri antara lain melaksanakan pencucian *laundry* (cara pencucian atas/pakaian dengan mempergunakan air) dan *dry cleaning* (cara pencucian atas bahan dan pakaian dengan mempergunakan bahan kimia/ solven) atas semua pakaian yang akan dicuci (Novyanty, 2019).

Laundry merupakan jasa dengan persaingan yang sangat ketat. Persaingan antara jasa *laundry* di perkiraan tidak pernah berkurang, karena *laundry* merupakan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Hampir setiap orang membutuhkan *laundry* untuk membantu kehidupannya, saat ini *laundry* dibutuhkan oleh semua kalangan. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jasa *laundry*. *Laundry* merupakan jasa yang paling banyak

diminati, khususnya di Negara berkembang seperti di Indonesia, yang sebagian masyarakat mayoritas sangat sibuk. Dahulu, orang Indonesia lebih memilih mencuci pakaian sendiri. Banyak masyarakat yang menginginkan kemudahan dan tidak ingin direpotkan dalam hal mencuci sehari-hari, sehingga jasa *laundry* menjadi yang sering di cari oleh banyak konsumen, dengan pesatnya perkembangan industri usaha *laundry* dapat mempengaruhi perilaku konsumen yang terjadi di lingkungan masyarakat (Sari, 2015).

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang berhubungan langsung dengan perolehan, konsumsi, dan pengiriman produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. (Pratama, 2021). Perilaku konsumen dianggap penting oleh perusahaan karena kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada perilaku konsumen. Oleh karena itu, memahami perilaku konsumen sangat penting untuk operasi bisnis jangka panjang. Untuk memahami perilaku konsumen memutuskan pembelian suatu produk atau jasa pada dasarnya terdapat kebutuhan yang berbeda-beda menurut umur, pendapatan dan pendidikan. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sosial, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui perilaku konsumen terhadap layanan jasa *laundry* (Adi, 2018)

Alasan peneliti memilih *Ansila Laundry* yang terletak di jalan kemangsari Jatibening Rt 03/ Rw 04 dan *Jawad Laundry* yang letaknya di Jalan Kemang Sari Rt 01/ Rw 06 adalah jasa pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dengan harga yang relatif murah dan terjangkau, bagi para konsumen khususnya seorang mahasiswa. Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh 2 jasa *laundry* ini memang tergolong berbeda, dimana pelayanan yang diberikan adalah berupa hasil rapih dan memuaskan. Permasalahan yang biasanya terjadi di lingkungan masyarakat terkait perilaku konsumen terhadap jasa *laundry* adalah kesibukan masyarakat yang menyebabkan kurang waktu untuk melakukan aktifitas

mencuci dan menyetrika dirumah. Khususnya masyarakat di daerah Jatibening, masyarakat yang tinggal di daerah tersebut mayoritas adalah pekerja kantoran dan mahasiswa, dimana mereka yang menghabiskan sekitar dua belas jam untuk kegiatan di luar rumah, dan permasalahan yang biasanya terjadi adalah mengapa para konsumen melakukan pembelian secara berulang terhadap jasa *laundry* tersebut. Banyak masyarakat yang memilih menggunakan jasa *laundry* karna pengerjaan yang memakan waktu yang singkat, hasil yang sesuai dan harga yang efisien. Hal yang tersebut yang diberikan oleh jasa *laundry* membuat masyarakat merasakan puas oleh kebutuhan mereka. Dengan permasalahan diatas peneliti ingin melakukan penelitian terkait perilaku konsumen terhadap jasa *laundry*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Analisis Pengelolaan Hubungan Pelanggan Dengan Perilaku Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk Mengetahui Bagaimana Analisis Pengelolaan Hubungan Pelanggan dengan Perilaku Konsumen.”

1.4 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian pasti memiliki manfaat bagi peneliti itu sendiri dan bagi pihak lain yang akan menggunakannya untuk penelitian serupa. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki manfaat diantaranya:

1. Manfaat Akademis

Dapat memberikan informasi mengenai bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh ansila laundry dan jawad laundry dalam menarik pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu juga

dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi ilmu komunikasi khususnya untuk mata kuliah ilmu komunikasi pemasaran dan menjadi bahan acuan dan referensi bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi yang ingin meneliti di ranah yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sebagai pengalaman dan pengetahuan. Selain itu di harapkan memberikan manfaat bagi banyak pihak, baik pelaku bisnis khusus di bidang jasa laundry.