

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menghadapi dunia bisnis yang semakin kompetitif pada sektor jasa, upaya untuk mempertahankan pelanggan adalah kunci utama agar bisnis tetap berjalan, salah satunya persaingan bisnis di sektor jasa laundry yang semakin pesat akibat gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk sehingga permintaan terhadap jasa ini juga semakin tinggi.

Lina Laundry adalah salah satu penyedia jasa Laundry di Batam yang menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan di tengah persaingan yang ketat, penyedia jasa laundry saat ini banyak yang menawarkan berbagai layanan dengan harga dan fasilitas yang kompetitif sehingga membuat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, oleh karena itu, Lina Laundry penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan agar dapat mengetahui strategi apa yang efektif untuk menghadapi persaingan saat ini maupun masa mendatang.

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk memperkenalkan produknya. Promosi yang efektif dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan minat mereka terhadap produk yang ditawarkan. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh Lina Laundry sejak awal dibuka hingga saat ini hanya melakukan promosi melalui spanduk yang ditempel didepan usahanya, sampai saat ini tidak pernah melakukan promosi dalam bentuk apapun. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lina Laundry

sangat minim dan terbatas, Lina Laundry tidak memanfaatkan platform digital atau media sosial sebagai wadah untuk menjangkau pelanggan potensial yang mungkin tidak tahu tentang keberadaan usaha ini, media sosial juga memungkinkan Lina Laundry dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan untuk menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan mendapatkan umpan balik secara *real-time*, melalui media sosial juga dapat dengan mudah membagikan informasi mengenai produknya, diskon, maupun penawaran khusus yang dapat menarik perhatian pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan, selain itu media sosial dapat membangun *brand awareness*, pasang iklan untuk menjangkau target yang lebih efektif sampai meningkatkan loyalitas pelanggan. Lina laundry sampai saat ini belum menyadari pentingnya media sosial sebagai wadah untuk membagikan informasi mengenai usahanya sehingga sampai saat ini Lina Laundry tidak mengalami pertumbuhan usaha yang signifikan. Lina Laundry juga tidak melakukan promosi secara *offline* seperti membagikan brosur dan flyer, memberikan program loyalitas seperti memberikan program *reward* bagi pelanggan yang setia, pemasaran melalui spanduk atau banner di lokasi strategis yang ramai dilalui orang. Lina Laundry juga tidak memberikan promo potongan harga atau diskon, paket mingguan atau bulanan, dan promo lainnya selama usaha ini berjalan, sehingga hal ini membuat sulit untuk menarik pelanggan baru.

Dari penjelasan mengenai permasalahan promosi diatas maka dapat disimpulkan bahwa Lina Laundry menghadapi masalah pemasaran yang terbatas, hanya mengandalkan promosi spanduk tanpa memanfaatkan media sosial atau promosi lainnya, seperti diskon atau program loyalitas. Hal ini membuat Lina

Laundry kalah bersaing dengan laundry lain yang sudah menggunakan sistem promosi. Akibat promosi yang minim, tingkat penjualan tidak mengalami pertumbuhan signifikan karena banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan usaha ini.

Dalam industri jasa, termasuk bisnis laundry, lokasi menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian. Lokasi yang strategis dapat memberikan aksesibilitas yang lebih baik bagi pelanggan, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan dan potensi penjualan. Di kota-kota besar seperti Batam, dimana mobilitas masyarakat cukup tinggi, pemilihan lokasi yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap daya tarik suatu layanan. Lina Laundry, sebagai salah satu penyedia jasa laundry di Batam, beroperasi di area yang kurang strategis dan tingkat persaingan yang ketat, namun lokasi Lina Laundry ini berada di sebuah perumahan yang berlokasi di Perumahan Taman Mediterania Blok GG No. 12A Baloi Permai, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, kemungkinan untuk orang luar perumahan ini untuk masuk sangat kecil karena perumahan ini memiliki kartu akses untuk masuk ke perumahan yang hanya diberikan kepada warga yang tinggal di perumahan tersebut, namun untuk warga yang tidak tinggal di perumahan ini jika ingin masuk maka wajib meninggalkan KTP di pos security, sehingga hal ini menyebabkan Lina Laundry sulit untuk diketahui. Lina Laundry juga bukan satu-satunya usaha yang menyediakan layanan laundry didalam perumahan ini, sehingga tingkat persaingan yang tinggi membuat pemilihan lokasi menjadi krusial untuk menarik pelanggan, oleh karena itu memahami bagaimana lokasi Lina Laundry memengaruhi keputusan

pembelian pelanggan menjadi penting. Lokasi yang dekat dengan pusat perbelanjaan, area perkantoran, atau tempat tinggal yang padat penduduk dapat menarik lebih banyak pelanggan, terutama bagi mereka yang mencari kemudahan dan efisiensi dalam menggunakan jasa laundry.

Dari penjelasan mengenai permasalahan lokasi diatas maka dapat diketahui bahwa Lina Laundry memiliki masalah lokasi yang kurang strategis dengan akses terbatas bagi pelanggan luar perumahan, serta persaingan tinggi dengan usaha laundry lainnya di area yang sama. Hal ini mengurangi visibilitas dan kemudahan akses bagi pelanggan, sehingga menyulitkan Lina Laundry untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh penyedia jasa untuk mendukung layanan yang diberikan. Dalam konteks layanan laundry, keberadaan fasilitas yang baik sangat memengaruhi kenyamanan pelanggan. Fasilitas yang lengkap, seperti mesin cuci berkualitas, ruang tunggu yang nyaman, dan layanan tambahan seperti pengantaran, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Selain itu, fasilitas yang unggul berfungsi sebagai nilai tambah yang dapat membedakan Lina Laundry dari kompetitor di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi dan pemanfaatan teknologi terbaru, seperti mesin cuci otomatis juga dapat meningkatkan efisiensi layanan dan memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Fasilitas yang ditawarkan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen seperti layanan antar jemput, kualitas mesin cuci, ruang tunggu yang nyaman, jenis pembayaran yang beragam dan lain-lain, selain itu jenis layanan laundry yang tersedia juga dapat menjadi

nilai tambah yang membuat konsumen memilih jasa laundry tertentu dibandingkan kompetitor, misalnya layanan Laundry koin di mana konsumen melakukan cuci pakaian dilakukan sendiri sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen yang memiliki waktu terbatas akan memilih menggunakan fasilitas ini, namun Lina Laundry hanya memiliki fasilitas terbatas dan masih seperti usaha laundry pada umumnya yang hanya menyediakan fasilitas layanan laundry dimana pakaian dicuci dan disetrika berdasarkan berat (kilogram) dan untuk jenis pembayaran hanya bisa dilakukan secara cash, sehingga pelanggan yang *cashless* merasa sulit pada saat pembayaran.

Dari penjelasan mengenai permasalahan fasilitas diatas maka dapat dilihat Lina Laundry memiliki permasalahan terkait fasilitas yang terbatas, hanya menyediakan layanan laundry konvensional tanpa tambahan fasilitas seperti mesin cuci otomatis, ruang tunggu nyaman, atau layanan antar jemput. Pembayaran hanya bisa dilakukan secara *cash*, yang menyulitkan pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran *cashless*. Keterbatasan fasilitas ini membuat Lina Laundry kurang bisa bersaing dengan kompetitor yang menawarkan layanan lebih lengkap dan inovatif, seperti laundry koin atau sistem pembayaran yang lebih fleksibel.

Keputusan pembelian di Lina Laundry dipengaruhi oleh faktor promosi, lokasi, dan fasilitas yang kurang optimal. Meskipun terdapat potensi pasar, rendahnya promosi, lokasi yang kurang strategis, dan fasilitas terbatas menyebabkan penjualan tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Ketiga faktor ini sangat berperan dalam mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen, sehingga tanpa perbaikan pada aspek-aspek tersebut, Lina Laundry kesulitan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualannya.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Lina Laundry menghadapi masalah pemasaran yang terbatas, hanya mengandalkan promosi spanduk tanpa memanfaatkan media sosial atau promosi lainnya, seperti diskon atau program loyalitas. Hal ini membuat Lina Laundry kalah bersaing dengan laundry lain yang sudah menggunakan sistem promosi. Akibat promosi yang minim, tingkat penjualan tidak mengalami pertumbuhan signifikan karena banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan usaha ini. Lina Laundry memiliki masalah lokasi yang kurang strategis dengan akses terbatas bagi pelanggan luar perumahan, serta persaingan tinggi dengan usaha laundry lainnya di area yang sama. Hal ini mengurangi visibilitas dan kemudahan akses bagi pelanggan, sehingga menyulitkan Lina Laundry untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dari segi Lina Laundry memiliki permasalahan terkait fasilitas yang terbatas, hanya menyediakan layanan laundry konvensional tanpa tambahan fasilitas seperti mesin cuci otomatis, ruang tunggu nyaman, atau layanan antar jemput. Pembayaran hanya bisa dilakukan secara *cash*, yang menyulitkan pelanggan yang lebih memilih metode pembayaran *cashless*. Keterbatasan fasilitas ini membuat Lina Laundry kurang bisa bersaing dengan kompetitor yang menawarkan layanan lebih lengkap dan inovatif, seperti laundry koin atau sistem pembayaran yang lebih fleksibel.

Tabel 1.1 Data Penjualan Lina Laundry

Tahun	Laundry Cuci dan Seterika		Laundry Cuci Kering		Total Penjualan (Rp)	Pertumbuhan Penjualan (%)
	Total Berat (Kg)	Harga per Kg (Rp)	Total Berat (Kg)	Harga per Kg (Rp)		
2020	500	7.000	83	5.000	3.915.000	-
2021	550	7.000	90	5.000	4.300.000	9.93
2022	562	7.000	95	5.000	4.409.000	2.53
2023	577	70000	99	5.000	4.534.000	2.84

Sumber: Data Penjualan Lina Laundry per tanggal 31 Desember 2023

Berdasarkan tabel penjualan diatas dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan, hal ini diduga dikarenakan beberapa faktor yang sudah dijelaskan diatas, berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi, lokasi dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga didukung oleh penelitian (Leideni & Sahir, 2020:1218) dengan judul *The Effect Of Promotions, Location, and Facilities on thw Decision to Purchase Subsidized Houses at PT FOR*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uji F Promosi, Lokasi dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Variabel tersebut juga penting diteliti di Lina Laundry untuk memperoleh kebenaran yang tepat dan dapat memberikan dampak positif terhadap objek tersebut, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Promosi, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jasa Laundry di Lina Laundry Batam”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Lina Laundry tidak melakukan promosi secara online maupun offline untuk meningkatkan penjualan.
2. Lina Laundry tidak memberikan promo harga seperti dikson, paket mingguan atau bulanan atau promo harga lainnya.
3. Lokasi usaha Lina Laundry sulit untuk diketahui banyak orang karena berada di lokasi perumahan dan hanya dilewati warga perumahan saja.
4. Lokasi Lina Laundry memiliki beberapa kompetitor yang berada di perumahan yang sama.
5. Pelanggan yang bukan warga perumahan yang berada di lokasi Lina Laundry wajib memiliki akses masuk dari RT atau wajib meninggalkan KTP.
6. Fasilitas yang digunakan Lina Laundry seperti laundry pada umumnya, sehingga pelanggan tidak memiliki banyak pilihan sesuai dengan kebutuhannya.
7. Fasilitas Lina Laundry tidak banyak pilihan pelayanan dibandingkan kompetitor.
8. Penjualan Lina Laundry dari tahun ke tahun tidak mengalami kenaikan yang signifikan.

1.3 Batasan Masalah

Pada penjelasan latar belakang di atas, untuk mempermudah penelitian ini, penulis menetapkan batasan ruang lingkup dengan fokus pada hal-hal berikut:

1. Variabel penelitian yang diteliti hanya variabel promosi, lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian.
2. Objek peneliti di Lina Laundry Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?
3. Apakah fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?
4. Apakah promosi, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan hal-hal berikut ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?

3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas secara parsial terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Lina Laundry Batam?

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Memberikan gambaran dan informasi yang akurat serta pemahaman tentang penerapan teori yang berhubungan dengan promosi (X1), lokasi (X2), fasilitas (X3), dan keputusan pembelian (Y).

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi objek lokasi penelitian, diharapkan penelitian ini digunakan untuk menjadi pertimbangan bagi pemilik usaha Lina Laundry dalam mengambil keputusan terkait promosi, lokasi, dan fasilitas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Universitas Putera Batam, diharapkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber tambahan dalam dokumen akademik yang berguna sebagai referensi atau acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam mengembangkan pengetahuan menulis dan menjadikan sebagai pengalaman yang berharga dalam setiap prosesnya.
4. Bagi penulis, berharap agar penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi peneliti di masa depan, baik dalam pengembangan teori-teori yang

berkaitan dengan variabel yang diteliti, maupun dalam memberikan inovasi baru dalam variabel tersebut.