

Strategi Pengembangan Usaha Laundry Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros

Vriza Astrina Intan Samsul R^{1*}, Djaenab², Henda Idris³

¹Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

²Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

³Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

Article History:

Received: 09/01. 2025

Revised: 16/01, 2025

Accepted: 16/03, 2025

Available online 07/04, 2025

*Correspondence:

Address:

BTN Nusa Idaman Blok B3 No/15

Email:

vrizaastrina@gmail.com

Abstract :

This research aims to analyse: (1) the business development strategy of Bomaru Laundry and Raihan Jaya Laundry; (2) the characteristics of consumer loyalty towards service usage at Bomaru and Raihan Jaya Laundry. This research used qualitative methods with a social approach. Primary data sources consisted of informants, namely entrepreneurs and workers at Bomaru Laundry and Raihan Jaya Laundry. Secondary data sources were taken from various books, journals, and other scientific works as theoretical foundations. Data was collected using observation techniques, interviews, and documentation, then analysed using descriptive analysis techniques, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity testing used triangulation techniques. The research results indicate that; (1) Bomaru Laundry and Raihan Jaya Laundry, in facing intense competition in the laundry industry, use various strategies such as improving service quality, promotions, and offering competitive prices. (2) Consumer loyalty is demonstrated through repeat purchases at Bomaru Laundry and Raihan Jaya Laundry and referrals to others, being unaffected by other services, and frequent repeat transactions where loyal consumers tend to make routine repeat purchases.

Keywords: Business Development, Consumer Loyalt, Laundry

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Strategi Pengembangan Usaha Laundry di Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry; (2) karakteristik loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa di Bomaru dan Raihan Jaya Laundry. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan sosial. Sumber data primer terdiri atas informan yaitu pengusaha dan pekerja Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry. Sumber data sekunder diambil dari berbagai buku, jurnal serta karya ilmiah lainnya sebagai landasan teori. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian di analisis menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa ; (1) Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry Dalam menghadapi persaingan ketat di industri laundry menggunakan berbagai strategi seperti peningkatan kualitas layanan, promosi, serta penawaran harga kompetitif. (2) Loyalitas konsumen melakukan pembelian secara berulang di Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry serta mereferensikan kepada orang lain, tidak terpengaruh oleh layanan lain, sering melakukan transaksi berulang yang dimana konsumen loyal cenderung melakukan pembelian berulang secara rutin.

Kata Kunci: Loyalitas Konsumen, Laundry, Pengembangan Usaha

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan zaman saat ini kompetisi di sektor bisnis semakin ketat, perusahaan-perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk/jasa yaitu waktu penyerahan lebih cepat, layanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada konsumen agar bisa ikut dalam persaingan. Di mana informasi produk atau layanan berpengaruh terhadap reputasi dan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya reputasi dan kepuasan akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Di mana kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Laundry kiloan merupakan jasa pencucian pakaian yang nilai jasanya dihitung berdasarkan berat cucian dalam kilogram. Laundry merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan, dengan menggunakan jasa laundry memudahkan mahasiswa dalam hal mencuci pakaian. Harga yang ditawarkan para pengusaha jasa Laundry juga terjangkau bagi mahasiswa sehingga banyak mahasiswa yang lebih memilih memakai jasa laundry.

Semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut agar dapat mengatur waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang memiliki kemampuan manajerial dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal-hal yang dianggap sepele namun berpengaruh besar. Aktivitas yang kecil, namun membawa pengaruh besar tersebut yaitu mencuci pakaian. Misalnya, beberapa orang di kota besar yang bisa membagi waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri, sejak pagi sudah bergelut dengan pekerjaannya, pulang dari kantor sudah larut malam, dan hanya ada satu dibenak pikiran yaitu istirahat.

Jasa Laundry merupakan usaha industri rumahan yang sedang berkembang saat ini. Semakin berkembang maka semakin meningkat permintaan konsumen.. Disilain bisnis laundry merupakan bisnis yang mudan dan dapat dilakukan siapa saja. Resiko yang dapatkan juga minim dibanding bisnis lainnya. Bisnia laundry dapat dilakukan di rumah sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang begitu besar untuk membangun usaha ini. Agar berhasil membangun bisnis maka harus bisa mengambil hati para konsumen dengan cara memberikan kepuasan terhadap konsumen serta meningkatkan loyalitas konsumen agar dapat mempertahankan konsumennya.

Dengan menerapkan berbagai strategi ini, perusahaan dapat membangun fondasi yang kuat untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan.

1. **Ekspansi Pasar:** Mencari pasar baru, baik secara geografis maupun demografis, untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan.
2. **Inovasi Teknologi:** Mengadopsi teknologi terbaru sebagai peningkatan efisiensi operasional dan memperbaiki produk atau layanan.
3. **Peningkatan Kualitas:** Memfokuskan pada peningkatan kualitas produk dan layanan untuk memenuhi harapan konsumen dan membangun reputasi yang baik.
4. **Strategi Pemasaran:** Mengembangkan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik pelanggan baru.

5. **Pelayanan Pelanggan:** Meningkatkan layanan pelanggan untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan, yang dapat berujung pada peningkatan penjualan melalui rekomendasi.
6. **Pengembangan Sumber Daya Manusia:** Melakukan investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan guna meningkatkan kinerja dan mendorong inovasi dalam perusahaan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Laundry Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen”.

A. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis menyatakan kesulitan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi pengembangan usaha *laundry* di Kec. Turikale Kab. Maros?
2. Bagaimana karakteristik loyalitas konsumen pada penggunaan jasa laundry di Kec. Turikale, Kab. Maros?

B. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Merujuk rumusan masalah sebelumnya, maka capaian tujuan penelitian ini yaitu :

- a. Untuk dapat Mengetahui strategi pengembangan usaha laundry dalam mempertahankan loyalitas konsumen.
- b. Untuk dapat Mengetahui karakteristik loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa Laundry.

METODE

Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian ini. Penelitian yang semata-mata mencoba untuk menjelaskan suatu masalah dan skenario dalam keadaan mereka saat ini, hanya mengungkapkan fakta-fakta yang benar, dikenal sebagai penelitian deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan skenario atau kejadian tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data fundamental tanpa analisis tambahan. Penelitian ini dilaksanakan di Bomaru Laundry yang terletak di Btn Nusa idaman No.7 dan Raihan Jaya Laundry yang terletak di Jl. Azalea C No. 9 Kecamatan Turikale Kabupaten Maros Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian dilaksanakan kurang lebih 2 bulan sejak Agustus 2024 sampai September 2024.

Terfokus pada penelitian kualitatif kita dapat menggunakan teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data penelitian yang relevan dan benar-benar nyata, yaitu dengan teknik triangulasi data (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Kemudian menetapkan teknik analisis data yang cocok untuk penelitian ini. kemudian

ditentukan teknik yang digunakan ialah triangulasi data artinya menggunakan berbagai sumber data, teori, metode dan investigator agar informasi yang dapat disajikan secara konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi pengembangan usaha laundry dalam mempertahankan loyalitas konsumen di Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry.

Suatu usaha dapat bertahan dan berlangsung lama jika dipengaruhi dari strategi pendiri usaha dalam menerapkan beberapa cara yang tepat dan sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Strategi untuk mempertahankan konsumen adalah logika pemasaran yang dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Faktor-faktor pengembangan usaha sangat penting untuk keberhasilan dan pertumbuhan suatu bisnis. Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi pengembangan usaha:

1. Sumber Daya Manusia

Kualitas dan keterampilan karyawan adalah kunci dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

2. Inovasi dan Teknologi

Kemampuan untuk berinovasi dan mengadopsi teknologi baru sangat penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing.

3. Analisis Pasar

Pemahaman mendalam tentang pasar dan perilaku konsumen sangat penting dalam merumuskan strategi yang tepat.

4. Keuangan

Akses terhadap modal dan manajemen keuangan yang baik sangat penting untuk mendukung pengembangan usaha.

5. Lingkungan Eksternal

Faktor-faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan tingkat persaingan, juga memengaruhi pengembangan usaha.

6. Strategi Pemasaran

Pemasaran yang efektif adalah kunci untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperkuat merek.

7. Jaringan dan Kemitraan

Membangun kemitraan strategis dan jaringan bisnis dapat memberikan akses ke sumber daya tambahan, pasar baru, dan pengetahuan yang dapat mempercepat pengembangan usaha.

* Teknik yang pertama yang dilakukan yaitu observasi, Metode observasi sebagai teknik pengumpulan data di mana peneliti mencatat informasi berdasarkan apa yang di amati selama penelitian berdasarkan hasil observasi awal peneliti, Peneliti melihat bahwa Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry memiliki masing-masing strategi yang berbeda. Bomaru Laundry menerapkan empat strategi dalam perkembangan usaha laundry dalam mempertahankan

loyalitas konsumen, pertama dengan kualitas produk, Bomaru *Laundry* memberikan garansi penggantian jika barang hilang atau rusak. Kedua, *delivery* antar jemput bagi konsumen yang loyal agar konsumen tidak perlu lagi membawa pakaiannya langsung ke Bomaru *Laundry*. Ketiga, harga yang merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Bomaru *Laundry* memberikan harga yang berselisih lebih murah dari diatas rata-rata yang di miliki jasa *laundry* lainnya. Keempat, Bomaru *Laundry* memberikan promosi untuk para konsumen uang loyal.

Sedangkan Raihan Jaya *Laundry* menerapkan empat strategi juga dalam perkembangan usaha *laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Pertama, promosi di media sosial untuk memposting promo-promo dan juga diskon, kedua menyediakan pelayanan antar jemput gratis khusus wilayah kota Maros, ketiga memberikan diskon kepada pelanggan yang telah memenuhi syarat ketentuan yaitu poin dan kupon yang dapat di tukar, keempat menerapkan sistem cuci dua jammenye, dan menyediakan cuci karpet, tas, sepatu, dan lain-lain.

* Teknik kedua yang dilakukan yaitu wawancara. Wawancara dilakukan dikarenakan sesuatu yang sangat mudah untuk mendapatkan sesuatu informasi terhadap seseorang ataupun kelompok. Wawancara juga akan lebih memudahkan penanya untuk menjelaskan pertanyaannya kepada narasumber sehingga dapat memungkinkan narasumber menjawab pertanyaan sesuai yang diinginkan. Itulah mengapa tahap wawancara dalam suatu penelitian sangat perlu dilakukan.

Adapun hasil wawancara yang peneliti dapatkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Bomaru *Laundry* yaitu Titin mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan, yaitu ;

Kami menerapkan strategi yang Pertama yaitu, melakukan promosi di media sosial seperti mencuci gratis 2Kg jika pelanggan memiliki 10 kupon mencuci. Kedua, menyediakan layanan antar-jemput, sebuah strategi yang umum digunakan oleh banyak usaha laundry tetapi menjadi daya tarik utama kami di Bomaru *Laundry*. Ketiga, memberikan jaminan penuh penggantian atas kehilangan atau kerusakan barang yang dicuci jika itu disebabkan oleh karyawan kami. Ini memberikan rasa nyaman kepada pelanggan kami. Keempat, mempertahankan loyalitas konsumen dengan menawarkan harga yang lebih murah dari rata-rata pasar. Sebagai contoh, untuk layanan cuci-setrika selama 1 hari, rata-rata harga di pasaran adalah 6.000-rupiah per kilo, sedangkan kami menawarkan harga 5.000-rupiah per kilo, memberikan keunggulan 1.000-rupiah dari segi harga. Sampai saat ini, strategi-strategi ini telah membantu kami mempertahankan 50% lebih pelanggan kami selama dua tahun terakhir

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Bomaru Laundry menerapkan 4 strategi yang dimana keempat strateginya itu telah mempertahankan 50% lebih pelanggannya selama 2 tahun terakhir.

Informan lain juga mengatakan bahwa setiap pelanggan memiliki preferensi dan ekspektasi yang berbeda dan kita perlu memahami perilaku konsumen agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebagai karyawan Bomaru Laundry, hal ini diungkapkan oleh Eka sebagai karyawan :

Tentunya langkah pertama yang harus diambil adalah memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam. Setiap pelanggan memiliki preferensi dan ekspektasi yang berbeda. Kita perlu mendengarkan dengan cermat saat mereka berbicara, baik itu saat menerima cucian mereka atau saat memberikan umpan balik. Dengan memahami kebutuhan mereka, kita dapat memberikan layanan yang lebih personal dan sesuai dengan keinginan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pentingnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan penciptaan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan memuaskan, meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Syifa sebagai konsumen Bomaru *Laundry*, bahwa :

Saya kemungkinan akan menggunakan jasa mencuci di sini secara berulang, meskipun saya masih mencari perbandingan dengan jasa lain. Tetapi saya merasa nyaman di sini karena ada antar jemput yang cepat. Oleh karena itu, saya mungkin akan mencuci di sini secara rutin. Mengenai merekomendasikan, sampai saat ini, jika tidak ada yang lebih baik, tentu saja saya akan merekomendasikan Bomaru Laundry. Pada suatu waktu, saya memang perlu membandingkan dari segi harga, kualitas pencucian, kecepatan, dan kualitas layanan. Jadi, saya pasti akan mencoba jasa pencucian di tempat lain. Saya mendapatkan rekomendasi mengenai Bomaru Laundry ini dari tetangga saya yang juga rutin mencuci di Bomaru Laundry karena dia sendiri sangat setia di sini, jadi saya ingin mencoba menggunakan jasa cuci Bomaru Laundry ini.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, meskipun pelanggan tersebut masih mencari perbandingan dengan jasa laundry lain, dia merasa nyaman menggunakan jasa Bomaru laundry karena adanya layanan antar jemput, hal ini sangat mempengaruhi loyalitas terhadap konsumen, pelanggan tersebut menyatakan kemungkinan akan menggunakan jasa Bomaru Laundry secara rutin. Selain itu, pelanggan tersebut bersedia untuk merekomendasikan Bomaru laundry kepada orang lain, terutama jika tidak menemukan layanan yang lebih baik dalam harga, kualitas pencucian dan kualitas layanan. Kondisi ini yang sangat berpengaruh terutama mengenai loyalitas terhadap konsumen

Setiap pelanggan memiliki keinginan yang berbeda-beda. Beberapa mungkin menginginkan misalnya penggunaan deterjen tertentu, cara lipatan yang khusus atau penanganan pakaian yang spesifik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Bomaru Laundry, Aswan mengatakan bahwa :

Saya pernah beberap kali meminta penanganan khusus untuk pakaian yang saya laundry dikarenakan pakaian saya rawan rusak jika tidak dilakukan penanganan khusus

saat pencucian. Ada beberapa pakaian saya memiliki petunjuk pencucian khusus dan membutuhkan perhatian ekstra.

Hal ini senada yang dikatakan informan lain Syifa selaku konsumen :

Mengenai kelebihan, Bomaru Laundry memiliki layanan antar-jemput yang cepat, dan karyawan-karyawan mereka memberikan pelayanan yang baik dengan memenuhi kebutuhan saya. Namun, dari pengamatan saya, Bomaru Laundry perlu meningkatkan komunikasi terkait informasi atau rekap pembayaran kepada pelanggan melalui WhatsApp. Meskipun ada nota, terkadang kami lupa membawanya.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya pemahaman khusus dari pelanggan dan harus kita pahami agar menciptakan pengalaman yang baik kepada pelanggan dan hal ini sangat berpengaruh dengan masalah loyalitas. Ketika pelanggan merasa bahwa keinginan dan preferensinya diperhatikan, maka mereka cenderung tetap setia terhadap penyediaan layanan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara oleh Fiqi selaku owner Raihan Jaya Laundry mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan, yaitu :

Kami aktif di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Kami sering memposting foto hasil cucian terbaik. Kami juga menyediakan pelayanan antar jemput gratis di wilayah bagian kota Maros. Tentunya kami juga memberikan diskon kepada pengguna yang lama yang telah memenuhi persyaratan poin atau kupon diskon yang dapat mereka gunakan pada kunjungan selanjutnya. Kemudian kami melayani jasa pencucian karpet, sepatu, tas, dll. Dan yang paling menonjol kami menerapkan sistem cuci 2 jam selesai. Hal ini diterapkan agar konsumen betah terhadap pelayanan kami dan merasa nyaman.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Raihan Jaya Laundry menerapkan beberapa strategi yang sangat efektif yang tidak jauh beda dengan Bomaru Laundry.

Adapun yang diungkapkan oleh salah satu karyawan Raihan Jaya Laundry yaitu Tari, mengatakan:

Tentunya kami selalu memberikan pelayanan terbaik kami kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman terhadap penggunaan jasa yang kami berikan. Kami juga sangat memberikan kualitas apalagi kepada konsumen yang baru maupun yang sudah lama. Kami juga memberikan pelayanan cuci cepat selama dua jam dan kami juga memberikan jasa cuci karpet, kebanyakan konsumen lebih tertarik ke kami untuk melakukan jasa cuci karpet.

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Raihan Jaya Laundry memiliki komitmen kuat dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mereka. Mereka menekankan kenyamanan pelanggan dalam penggunaan jasa mereka dan berfokus pada memberikan kualitas yang tinggi kepada pelanggan, baik yang baru maupun pelanggan setia. Raihan Jaya Laundry juga menonjolkan pelayanan cuci cepat dengan waktu selesai dua jam, menunjukkan efisiensi dalam layanan mereka. Selain itu, layanan pencucian karpet menjadi

andalan mereka, dengan minat yang tinggi dari konsumen terhadap jasa ini. Dari wawancara ini, terlihat bahwa fokus Raihan Jaya Laundry pada kualitas, kecepatan, dan spesialisasi dalam pencucian karpet telah membantu mereka memenangkan kepercayaan dan minat pelanggan.

Adapun Marwah selaku konsumen mengenai kepuasan pelayanan Raihan Jaya Laundry:

Saya sangat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Raihan Jaya Laundry, terutama dalam hal penyucian karpet. Mereka memberikan pelayanan yang sangat baik dan karpet saya selalu kembali bersih dan harum setiap kali.

Hal ini senada yang dikatakan konsumen lain, yaitu Uni sebagai konsumen mengatakan bahwa:

Tentu saja, pertama-tama, staf mereka sangat ramah dan profesional. Mereka memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, membuat saya merasa dihargai sebagai pelanggan. Selain itu, hasil akhirnya selalu memuaskan. Karpet saya tidak hanya bersih dari segala noda dan kotoran, tetapi juga benar-benar harum dan rapi. Akan tetapi yang sangat di sayangkan ketika keterlambatan saat pengantaran. Hal ini yang menjadi salah satu keluhan saya.

Dalam hasil wawancara ini, pelanggan mengekspresikan kepuasannya terhadap pelayanan Raihan Jaya Laundry, khususnya dalam layanan penyucian karpet. Mereka sangat mengapresiasi kebersihan dan keharuman yang diberikan oleh laundry setiap kali karpetnya dicuci. Pelanggan juga memberi poin positif pada profesionalisme dan keramahan staf, yang membuat mereka merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Namun, keluhan terkait keterlambatan pengantaran juga disampaikan. Meskipun pelayanan penyucian karpet dianggap sangat memuaskan, keterlambatan dalam proses pengantaran menjadi titik yang harus diperbaiki oleh Raihan Jaya Laundry.

Dalam kesimpulan di atas, meskipun pelanggan sangat puas dengan kualitas pelayanan dan keharuman karpet yang bersih, perlu perhatian ekstra dalam meningkatkan efisiensi pengantaran agar pengalaman pelanggan menjadi lebih sempurna. Upaya untuk memperbaiki masalah keterlambatan pengantaran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hal ini juga di ungkapkan Cici karyawan Raihan Jaya Laundry mengatakan bahwa.

Kami selalu mengutamakan kualitas layanan dan kepuasan terhadap pelanggan kami. Salah satunya yang membuat kami unggul adalah kami memiliki jasa cuci karpet. Dan kami juga sering mempromosikan laundry kami dengan cara memberitahu pelanggan bahwa kalian bisa laundry gratis dengan bayar pakai doa. Hal ini yang membuat kami juga unggul terhadap jasa-jasa yang lain.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Raihan Jaya memprioritaskan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.Keunggulan mereka terletak pada layanan jasa cuci karpet yang berkualitas tinggi. Dengan jasa pencucian karpet ini sangat memberikan nilai tambahan dan membedakan mereka dari jasa laundry lainnya. Pendekatan ini membantu Raihan Jaya Laundry untuk mempertahankan keunggulan di pasar dan memndapatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan yang tinggi.

Pendekatan ini lah yang menciptakan hubungan timbal balik antara si pemberi jasa dengan konsumen Pelanggan merasa dihargai dan diapresiasi, yang pada gilirannya membuat mereka merasa puas dan termotivasi untuk tetap menggunakan layanan perusahaan tersebut. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Konsumen yang loyal tidak akan terpengaruh oleh pesaing dari jasa laundry lainnya, meskipun ada banyak *alternative* di pasar, konsumen yang telah membangun loyalitas tersendiri dengan Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry tetap memilih mereka. Karena konsumen tidak tergoda untuk mencoba layanan dari jasa yang lain karena kepercayaan mereka terhadap kualitas yang di sediakan oleh Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry. Masing memiliki perbedaan yang membuat konsumen mereka betah terhadap jasa yang di sediakan oleh kedua laundry ini.

Teknik ketiga yang dilakukan yaitu. Berdasarkan hasil dokumentasi, terlihat sebuah proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh karyawan Bomaru laundry dan Raihan jaya laundry. Peneliti melakukan penelitian terfokus terhadap aktivitas yang dilakukan kedua Laundry tersebut. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi apakah kegiatan pelaksanaan sudah sesuai atau tidak.Setelah menganalisis hasil dokumentasi,peneliti kemudian menyusun kesimpulan yang mendasar untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan.

2. Karakteristik Loyalitas Konsumen Terhadap Pengguna Jasa di Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry.

Karakteristik Loyalitas konsumen merupakan sebuah indikator yang dapat diandalkan untuk meramalkan peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat diartikan melalui pola pembelian yang tetap.Pelanggan setia merupakan kekayaan bagi perusahaan, yang dapat dilihat dari sifat-sifat yang dimilikinya.Oleh karena itu, loyalitas konsumen yaitu suatu indikator yang dapat diandalkan untuk meramalkan pertumbuhan bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam dunia bisnis.Dalam konteks ini, Selain sebagai sebuah konsep, loyalitas pelanggan juga merupakan prediktor yang dapat dipercaya untuk meningkatkan penjualan suatu bisnis. Faktor ini tidak hanya terbatas pada kepatuhan pelanggan dalam memilih produk atau layanan dari suatu merek, tetapi juga mencakup pola pembelian yang konsisten dari pelanggan tersebut. Oleh karena itu, konsep karakteristik loyalitas konsumen bukan hanya sekedar alat analisis untuk meramalkan

pertumbuhan perusahaan, tetapi juga menjadi landasan strategi bagi kesuksesan jangka panjang suatu bisnis. Perusahaan yang berhasil membangun loyalitas pelanggan secara efektif dapat menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, meningkatkan citra merek, dan membuka peluang untuk pengembangan produk atau layanan baru.

Adapun karakteristik konsumen yang loyal sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara berulang.

Konsumen yang loyal terhadap Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry cenderung menggunakan jasa mereka secara berulang. Mereka mempercayai kualitas layanan dan hasil yang diberikan, sehingga secara teratur menggunakan jasa laundry ini untuk mencuci pakaian mereka.

Berdasarkan wawancara dengan owner Bomaru Laundry, Titin mengatakan bahwa.

Tentu saya sangat senang berbicara tentang hal ini. Konsumen yang menggunakan jasa kami secara berulang adalah nyawa dari bisnis ini. Mereka tidak hanya membantu menjaga keberlangsungan usaha kami, tetapi juga memberi kami dorongan dan semangat untuk terus meningkatkan kualitas layanan kami.

Konsumen yang menggunakan jasa perusahaan tersebut secara berulang memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan bisnis. Mereka tidak hanya memberikan pendapatan yang stabil, tetapi juga memberikan dukungan emosional dan motivasi bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh Bomaru Laundry.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fiqi mengatakan bahwa.

Kami selalu meningkatkan kualitas pelayanan kami agar pelanggan juga merasa nyaman dan mereka kembali karena merasa yakin pakaian mereka akan dirawat dengan baik, bersih dan harum setiap kali. Kami juga memberikan pelayanan antar jemput untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen yang tidak ingin repot-repot ke toko. Hal ini salah satunya yang memberikan kenyamanan terhadap konsumen sehingga melakukan pembelian berulang atau melakukan transaksi secara teratur.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa owner yang menggunakan jasa Raihan Jaya Laundry secara berulang memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Mereka tidak hanya memberikan pendapatan yang stabil, tetapi juga memberikan dukungan emosional dan motivasi bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Dalam wawancara, pemilik Raihan Jaya Laundry, menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan pelayanan yang baik. Meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa pakaian mereka akan dirawat dengan baik, dan memberikan kemudahan melalui layanan antar-jemput adalah strategi yang digunakan untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

2. Mereferensikan kepada orang lain.

Konsumen yang setia terhadap suatu produk atau jasa akan dengan senang hati membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain, termasuk teman dan keluarga. Rekomendasi dari konsumen yang memberikan kesan baik tentang perusahaan dan produknya memiliki

pengaruh yang lebih besar daripada promosi yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Tindakan konsumen yang merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain dengan menunjukkan bahwa mereka telah merasakan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan tersebut., sehingga mereka mengajak orang lain untuk juga mencoba dan mengonsumsi produk atau jasa dari brand tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Titin mengatakan bahwa.

Menurut pengalaman saya, pelanggan Bomaru *Laundry* cenderung merekomendasikan jasa kami kepada orang lain karena mereka merasakan kepuasan yang mendalam. Ketika pelanggan merasa bahwa pakaian mereka dirawat dengan baik, bersih, dan harum setiap kali, mereka merasa puas. Kepuasan ini membangkitkan rasa percaya dan kesetiaan terhadap layanan kami.³ Kemudian tidak terpengaruh oleh jasa yang lain. Konsumen yang loyal tentunya tidak terpengaruh oleh jasa laundry lainnya, meskipun ada pesaing di pasar lain, konsumen yang loyal tetap memilih Bomaru *Laundry* dan raihan jaya laundry sebagai pilihan utama bagi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan Bomaru *Laundry* cenderung merekomendasikan jasa laundry mereka kepada orang lain karena mereka mengalami kepuasan yang mendalam. Kepuasan ini tidak hanya terkait dengan kebersihan dan keharuman pakaian setiap kali melakukan laundry, tetapi juga dengan perasaan bahwa pakaian mereka dirawat dengan baik. Pengalaman kepuasan ini membangun rasa percaya dan kesetiaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Bomaru *Laundry*. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan bukan hanya menciptakan hubungan yang positif antara pelanggan dan perusahaan, tetapi juga menjadi dasar untuk merekomendasikan jasa kepada orang lain, yang pada gilirannya memperluas basis pelanggan dan memperkuat reputasi perusahaan.

Begitu juga dengan pelanggan setia Raihan Jaya *Laundry* yang merekomendasikan tempat laundry tersebut. Merasa puas dengan hasil pelayanan dan kualitas Raihan Jaya *Laundry*. Berdasarkan hasil wawancara Uni dengan salah satu pelanggan Raihan Jaya *Laundry* :

Saya merekomendasikan Raihan Jaya *Laundry* kepada teman dan keluarga terutama yang ada disekitar wilayah Raihan Jaya *Laundry* karena menurut saya pelayanan dan kualitas yang diberikan cukup baik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa masing –masing pelanggan setia kedua *laundry* merekomendasikan *laundry* tersebut dari hasil pengalaman setelah memakai jasa *laundry* tersebut. Dalam memperluas basis pelanggan dengan adanya rekomendasi dari pelanggan yang puas, maka perusahaan memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Orang-orang yang mendengar rekomendasi positif cenderung lebih terbuka untuk mencoba layanan atau produk perusahaan, dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat membantu memperluas jaringan terhadap pelanggan yang lain sehingga mereka dapat tertarik menggunakan jasa Bomaru *Laundry* dan Raihan Jaya *Laundry* untuk menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Tidak terpengaruh pada jasa lainnya

Karena puas dengan pelayanan yang didapat, pelanggan setia tidak akan mau menggunakan penawaran pesaing. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengutamakan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam mempertahankan loyalitas dan membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumen. Dengan menyediakan layanan atau produk berkualitas, perusahaan dapat memastikan bahwa konsumen tidak hanya puas, tetapi juga cenderung tetap setia dan bahkan merekomendasikan jasa atau produk perusahaan kepada orang lain.

Fokus pada kepuasan pelanggan juga membantu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, menciptakan basis pelanggan yang stabil, dan memperkuat daya saing di pasar. Oleh karena itu, mengutamakan kualitas adalah langkah strategis yang tidak boleh diabaikan oleh setiap perusahaan yang ingin membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Titin sebagai owner Bomaru Laundry, bahwa :

Menurut pengamatan saya, konsumen yang loyal terhadap Bomaru Laundry cenderung tidak terpengaruh oleh jasa laundry lain karena mereka telah membangun kepercayaan yang kuat kepada kami. Mereka tahu bahwa layanan kami tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga konsisten. Kami selalu memberikan hasil terbaik dan memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen yang loyal terhadap Bomaru Laundry memiliki kepercayaan yang kuat terhadap layanan mereka, mereka tidak terpengaruh oleh jasa laundry lain karena Bomaru Laundry telah membangun reputasi sebagai penyedia layanan berkualitas dan konsisten. Selain itu riset dan strategi yang terus menerus dilakukan oleh perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan juga berkontribusi besar dalam mempertahankan loyalitas konsumen dengan membangun hubungan yang erat dan memberikan layanan yang unggul, Bomaru Laundry berhasil menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan, memastikan bahwa mereka tetap setia dan tidak tergoyah oleh pesaing lain.

Hal ini senada yang dikatakan Eka sebagai karyawan bahwa :

Tentunya kami sangat memperhatikan pelanggan ketika ada keluhan atau saran yang diberikan, kami segera menindaklanjuti dan berusaha memberikan solusi yang terbaik, selain itu, kami memberikan nilai tambah kepada konsumen loyal kami. Mereka mendapatkan diskon, layanan ekstra, atau bahkan bonus setia sebagai apresiasi atas kesetiaan mereka. Hal ini membuat mereka merasa dihargai dan membuat mereka ingin tetap menggunakan layanan kami.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, Bomaru Laundry sangat memperhatikan masukan dari pelanggan, baik itu keluhan maupun saran. Tindak lanjut yang cepat dan solusi terbaik diberikan sebagai respons atas masukan tersebut. Selain itu, Bomaru

Laundry juga memberikan nilai tambah kepada konsumen loyalnya dengan memberikan diskon, layanan ekstra atau bonus setia sebagai bentuk apresiasi atas kesetiaan mereka.

Hal ini juga di ungkapkan Cici karyawan Raihan Jaya *Laundry* mengatakan bahwa.

Kami selalu mengutamakan kualitas layanan dan kepuasan terhadap pelanggan kami. Salah satunya yang membuat kami unggul adalah kami memiliki jasa cuci karpet Dan kami juga sering mempromosikan laundry kami dengan cara memberitahu pelanggan bahwa kalian bisa laundry gratis dengan bayar pakai doa. Hal ini yang membuat kami juga unggul terhadap jasa-jasa yang lain.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Raihan Jaya memprioritaskan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.Keunggulan mereka terletak pada layanan jasa cuci karpet yang berkualitas tinggi. Selain itu, strategi promosi unik mereka yang melibatkan konsep “laundry gratis dengan bayar pakai doa”. Sangat memberikan nilai tambahan dan membedakan mereka dari jasa laundry lainnya.Pendekatan ini membantu Raihan Jaya Laundry untuk mempertahankan keunggulan di pasar dan mendapatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan yang tinggi.

Pendekatan ini lah yang menciptakan hubungan timbal balik antara si pemberi jasa dengan konsumen Pelanggan merasa dihargai dan diapresiasi, yang pada gilirannya membuat mereka merasa puas dan termotivasi untuk tetap menggunakan layanan perusahaan tersebut. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Konsumen yang loyal tidak akan terpengaruh oleh pesaing dari jasa laundry lainnya, meskipun ada banyak *alternative* di pasar, konsumen yang telah membangun loyalitas tersendiri dengan Bomaru *Laundry* dan Raihan Jaya *Laundry* tetap memilih mereka. Karena konsumen tidak tergoda untuk mencoba layanan dari jasa yang lain karena kepercayaan mereka terhadap kualitas yang di sediakan oleh Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry. Masing memiliki perbedaan yang membuat konsumen mereka betah terhadap jasa yang di sediakan oleh kedua laundry ini.

Tiga karakteristik ini lah yang menjadi poin utama dalam loyalitas konsumen yang ada di Bomaru Laundry dengan Raihan Jaya Laundry. Mereka menciptakan hubungan yang kuat antara pelanggan dan perusahaan, yang tidak hanya menciptakan kepuasan tetapi juga memberikan mafaat jangka panjang bagi bisnis. Dengan memahami dan merespon kebutuhan pelanggan dengan baik, Bomaru Laundry dan Raihan Jaya Laundry dapat terus mempertahankan loyalitas pelanggan dan bahkan meningkatkannya, menciptakan reputasi yang baik di pasar dan memperluas basis kepada pelanggan.

PENUTUP

Ditarik kesimpulan bahwa:

Bomaru *Laundry* menerapkan empat strategi dalam perkembangan usaha *laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen, pertama dengan kualitas produk, Bomaru *Laundry* , memberikan garansi penggantian jika barang hilang atau rusak. Kedua, *delivery* jemput bagi konsumen yang loyal agar konsumen tidak perlu lagi membawa pakaiannya langsung ke Bomaru *Laundry*. Ketiga, harga yang merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Bomaru *Laundry* memeberikan harga yang berselisih lebih murah dari diatas rata-rata yang di miliki jasa *laundry* lainnya. Keempat, Bomaru *Laundry* memberikan promosi untuk para konsumen uang loyal.

Sedangkan Raihan Jaya *Laundry* menerapkan empat strategi juga dalam perkembangan usaha *laundry* dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Pertama, promosi di media sosial untuk memposting promo-promo dan juga diskon, kedua menyediakan pelayanan antar jemput gratis khusus wilayah kota Maros, ketiga memberikan diskon kepada pelanggan yang telah memenuhi syarat ketentuan yaitu poin dankupon diskon yang dapat di tukar, keempat menerapkan sistem cuci dua jam serta menyediakan cuci karpet,tas,sepatu,dan lain-lain.

Karakteristik loyalitas konsumen adalah tolak ukur yang dapat diandalkan untuk meningkatkan penjualan, dan dapat diartikan melalui pembelian yang konsisten. Beberapa karakteristik loyalitas konsumen termasuk melakukan pembelian berulang di Bomaru *Laundry* dan Raihan Jaya *Laundry*, mereferensikan kepada orang lain, tidak terpengaruh oleh layanan lain, serta sering melakukan transaksi berulang yang dimana konsumen loyal cenderung melakukan pembelian berulang secara rutin.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahaya Nur Linda, *Kesuksesan dan Kemakmuran Usaha Kilo Laundry*, (Jakarta; Dan Idea, 2015),H.9.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h.31
- Kotler & Keller. *Marketing Management 16 edition*, Jakarta: Erlangga, 2016
- Moh.Nasir.*Metodologi Penelitian* (Jakarta: Balai Aksara, 1998), h. 64.
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian* (Cet. XII; Jakarta: Rineka Cipta, 2019), h. 106.
- Siti Nurpuji Rahayu, *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar Konveksi* (Lampung: IAIN METRO), 2018. h.18
- W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 116.