

# ANALISIS MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA CUCI SEPATU

Fandy Ahmad Fazrul<sup>1</sup>, Ety Dwi Susanti<sup>2</sup>

UPN Veteran Jawa Timur, JL Rungkut Madya, Gn.Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur

Email korespondensi: [21042010279@student.upnjatim.ac.id](mailto:21042010279@student.upnjatim.ac.id) , [etydwisusanti@gmail.com](mailto:etydwisusanti@gmail.com)

## *Abstract*

*Consumer interest in the use of shoe washing services is increasing, but several things related to consumer concerns often arise due to the lack of explanation of the method of workmanship and the low promotion of these services. The purpose of this study is to analyze the extent of consumer interest in the use of shoe washing services. By using qualitative research methods where sampling and interviews will be conducted to collect research data. The results of this study indicate that there are several interrelated factors in influencing consumer decisions in using shoe washing services. High service quality, price transparency, ease of access, and service innovation all play an important role in building consumer trust and increasing their satisfaction.*

**Keywords:** *interest; consumer; shoe washing*

## **Abstrak**

Ketertarikan atau minat konsumen terhadap penggunaan jasa cuci sepatu kian meningkat, namun beberapa hal terkait kekhawatiran konsumen sering muncul karena kurangnya penjelasan metode pengerjaan dan rendahnya promosi pada jasa tersebut. Tujuan penelitian ini adalah sebagai analisis sejauh mana minat para konsumen terhadap penggunaan jasa cucui Sepatu. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang dimana akan dilakukan pengambilan sample dan wawancara untuk pengambilan data penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang saling terkait dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu. Kualitas layanan yang tinggi, transparansi harga, kemudahan akses, dan inovasi layanan semuanya berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka.

**Kata kunci:** minat;konsumen;cuci sepatu

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam beberapa tahun terakhir, jasa cuci sepatu semakin diminati oleh konsumen, terutama di kalangan masyarakat perkotaan. Namun, terdapat beberapa masalah yang dihadapi konsumen dalam memilih menggunakan jasa ini. Salah satu

masalah utama adalah kurangnya kepercayaan konsumen terhadap hasil akhir dari jasa cuci sepatu. Beberapa konsumen khawatir bahwa sepatu mereka tidak akan dibersihkan dengan baik atau bahkan rusak selama proses pencucian. Selain itu, faktor harga yang tidak transparan dan akses yang terbatas terhadap layanan juga menjadi kendala, terutama bagi konsumen yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas

layanan yang mereka terima (Yusroni et al., 2023). Sebagai

akibatnya, banyak konsumen merasa ragu untuk menggunakan jasa cuci sepatu secara berkala. Kekhawatiran ini seringkali muncul karena kurangnya transparansi dari penyedia layanan terkait metode pencucian, bahan yang digunakan, serta keterampilan pekerja. Hal ini semakin diperburuk oleh rendahnya promosi yang efektif sehingga konsumen sulit untuk mendapatkan informasi yang memadai tentang layanan yang berkualitas. Kurangnya inovasi dalam sistem pemesanan juga mengakibatkan konsumen harus melalui proses yang tidak efisien, seperti harus datang langsung ke toko tanpa adanya alternatif pemesanan online atau layanan antar-jemput (Setyawan et al., 2019).

## **1.2 Permasalahan dalam Memilih Jasa Cuci Sepatu**

### **1. Kurangnya Kepercayaan Konsumen**

Masalah utama yang dihadapi konsumen adalah kurangnya kepercayaan terhadap hasil akhir dari jasa cuci sepatu. Banyak konsumen yang khawatir bahwa sepatu mereka tidak akan dibersihkan dengan baik atau bahkan rusak selama proses pencucian.

### **2. Keterbatasan Akses**

Selain itu, keterbatasan akses terhadap jasa cuci sepatu juga menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan minat

konsumen. Banyak konsumen yang merasa kesulitan menemukan penyedia layanan yang dapat diakses dengan mudah, baik dari segi lokasi maupun ketersediaan layanan antar-jemput (Wahyudi et al., 2023).

## **1.3 Solusi yang Diterapkan**

### **1. Peningkatan Kualitas Pelayanan**

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu melalui pendekatan kualitatif. Salah satu pendekatan yang diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen adalah dengan memperbaiki kualitas layanan melalui pelatihan karyawan yang berfokus pada keahlian teknis serta komunikasi yang baik dengan pelanggan (Mahadewi et al., 2023).

### **2. Inovasi Teknologi**

Penerapan teknologi dalam proses pemesanan dan pelacakan layanan dapat memberikan solusi atas kendala aksesibilitas yang selama ini dialami oleh konsumen (Anggraeni, 2023). Penyedia jasa cuci sepatu yang telah menerapkan inovasi seperti layanan antar-jemput atau pemesanan online menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan dan loyalitas dari konsumen mereka (Wahyudi et al., 2023). Layanan ini memberikan fleksibilitas lebih bagi konsumen yang sibuk atau tinggal jauh dari lokasi fisik penyedia jasa.

Dengan menawarkan kemudahan dalam pemesanan, pelayanan, dan akses, konsumen diharapkan lebih tertarik untuk menggunakan jasa cuci sepatu secara rutin.

Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi bagi konsumen, tetapi juga memberikan rasa aman dengan adanya kepastian layanan yang jelas dan transparan.

Kinerja pegawai dalam memberikan layanan juga menjadi fokus utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa kinerja pegawai yang baik berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen (Anggraeni, 2023). Oleh karena itu, penyedia jasa cuci sepatu perlu meningkatkan pelatihan karyawan agar dapat memberikan layanan yang cepat, profesional, dan ramah, sehingga konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis minat konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu. Rancangan penelitian ini dirancang untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dengan cara memahami pengalaman, pandangan, dan harapan mereka terhadap layanan cuci sepatu. Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memberikan wawasan yang mendalam

tentang sikap dan perilaku konsumen yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif.

### **2.2 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa cuci sepatu dalam enam bulan terakhir di wilayah perkotaan. Populasi ini mencakup berbagai kalangan, termasuk mahasiswa, pekerja profesional, dan ibu rumah tangga, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai minat dan preferensi konsumen.

### **2.3 Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 15–20 orang konsumen yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Pemilihan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan variasi dalam demografi konsumen, seperti usia, jenis kelamin, dan frekuensi penggunaan jasa. Dengan memilih responden yang beragam, diharapkan penelitian dapat mengungkap berbagai perspektif yang berbeda mengenai minat konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu.

### **2.4 Cara Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) yang bersifat semi-terstruktur. Wawancara dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui platform daring untuk menjangkau responden yang tidak dapat ditemui secara langsung. Pertanyaan yang diajukan akan dirancang untuk menggali pemahaman konsumen tentang kualitas layanan, kepercayaan

terhadap penyedia jasa, pengalaman sebelumnya, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa cuci sepatu. Selain wawancara, observasi langsung terhadap penyedia jasa cuci sepatu juga dilakukan untuk mendapatkan konteks yang lebih dalam tentang bagaimana layanan disediakan.

## **2.5 Analisis Data**

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dianalisis dengan menggunakan analisis tematik. Proses analisis dimulai dengan mentranskripsikan wawancara, diikuti dengan pengkodean data untuk mengidentifikasi tema-tema yang muncul. Analisis ini akan berfokus pada pola-pola yang berkaitan dengan minat dan preferensi konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk narasi yang menggambarkan pandangan, pengalaman, dan ekspektasi konsumen secara mendalam.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini berfokus pada analisis data yang diperoleh dari wawancara dan observasi terhadap konsumen jasa cuci sepatu. Dari analisis tersebut, ditemukan beberapa tema utama yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa cuci sepatu.

### **3.1 Hasil Penelitian**

#### **3.1.1 Kualitas Layanan**

Kualitas layanan menjadi tema yang paling dominan dalam penelitian ini. Banyak responden mengungkapkan bahwa mereka sangat memperhatikan hasil akhir pencucian sepatu. Konsumen cenderung memilih penyedia jasa yang memiliki reputasi baik dan telah terbukti memberikan hasil yang memuaskan. Beberapa responden menekankan pentingnya penampilan fisik sepatu setelah dicuci, yang menjadi indikator utama bagi mereka untuk menilai kualitas layanan. Misalnya, seorang responden mengatakan:

*"Saya tidak ingin sepatu saya hanya dicuci, tetapi juga terlihat seperti baru lagi. Jika hasilnya kurang memuaskan, saya tidak akan kembali."*

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung pada kualitas hasil pencucian, yang menjadi faktor penentu dalam memilih penyedia jasa.

#### **3.1.2 Transparansi Harga**

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa transparansi harga sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Banyak responden mengungkapkan kekhawatiran terhadap harga yang tidak jelas atau mendadak. Mereka lebih memilih penyedia jasa yang memberikan informasi harga yang jelas di awal, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik. Salah satu responden mengungkapkan:

*"Saya lebih suka tahu berapa biaya yang harus saya bayar sebelum membawa sepatu saya untuk dicuci. Kadang, harga bisa sangat bervariasi dan itu membuat saya ragu."*

Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpastian mengenai biaya dapat mengurangi minat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut.

### 3.1.3 Kemudahan Akses

Kemudahan akses juga menjadi aspek yang penting bagi konsumen. Dari hasil wawancara, banyak responden menyatakan bahwa mereka lebih memilih penyedia jasa yang menyediakan sistem pemesanan online atau layanan antar-jemput. Sebagian besar responden merasa tidak nyaman untuk datang langsung ke lokasi penyedia jasa, terutama jika mereka memiliki kesibukan yang tinggi. Seorang responden menyatakan:

*"Jika ada layanan antar-jemput, saya pasti akan menggunakan jasa cuci sepatu lebih sering. Saya sangat sibuk dan tidak selalu punya waktu untuk pergi ke toko."*

Hal ini menekankan pentingnya aksesibilitas bagi konsumen dalam menentukan pilihan mereka.

### 3.1.4 Inovasi Layanan

Inovasi layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa cuci sepatu juga berperan penting dalam menarik minat konsumen. Responden menunjukkan bahwa mereka sangat menghargai penggunaan teknologi dalam pemesanan, seperti aplikasi yang memudahkan mereka untuk memilih jenis layanan dan memantau proses pencucian. Salah satu responden mengungkapkan:

*"Dengan adanya aplikasi, saya bisa melihat status sepatu saya kapan saja. Itu membuat saya merasa lebih nyaman dan aman."*

Inovasi dalam layanan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, seperti yang diungkapkan oleh Anggraeni (2023).

### 3.2 Pembahasan

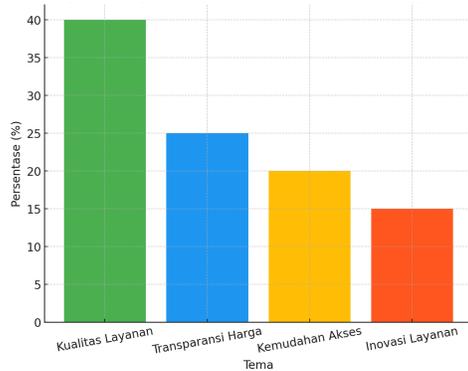
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang saling terkait dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu. Kualitas layanan yang tinggi, transparansi harga, kemudahan akses, dan inovasi layanan semuanya berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka. Melalui pemahaman terhadap faktor-faktor ini, penyedia jasa dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Melalui analisis data, diperoleh empat faktor utama dengan persentase yang mencerminkan tingkat kepentingannya bagi konsumen. Faktor - faktor tersebut diantaranya :

Tabel 1. Faktor Pembelian Konsumen

Faktor	Persentase (%)
Kualitas Layanan	40
Transparansi Harga	25
Kemudahan Akses	20
Inovasi Layanan	15

Dapat dihasilkan persentase sebagai berikut :



Sumber: data diolah penulis  
 Gambar 1. Persentase Faktor Utama Konsumen

Grafik di atas menunjukkan persentase tema yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu. Berdasarkan hasil analisis data, terdapat beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap minat konsumen dalam memilih layanan ini, yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. **Kualitas Layanan (40%)**: Menjadi faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen. Responden menunjukkan bahwa mereka sangat memperhatikan hasil akhir pencucian sepatu.
- b. **Transparansi Harga (25%)**: Merupakan aspek penting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen. Banyak responden menginginkan informasi harga yang jelas.
- c. **Kemudahan Akses (20%)**: Penting bagi konsumen untuk mendapatkan layanan dengan cara yang mudah dan efisien, seperti layanan antar-jemput atau pemesanan online.
- d. **Inovasi Layanan (15%)**: Penggunaan teknologi dan inovasi

dalam layanan sangat dihargai oleh konsumen, dan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas mereka.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan jasa cuci sepatu dipengaruhi oleh beberapa tema kunci, yang masing-masing memiliki tingkat kepentingan yang berbeda. Kualitas Layanan menjadi faktor yang paling dominan, dengan persentase 40%, menandakan bahwa konsumen sangat mengutamakan hasil akhir dan profesionalisme dalam pelayanan. Selanjutnya, Transparansi Harga yang mencapai 25% menunjukkan bahwa konsumen ingin mendapatkan kejelasan terkait biaya layanan untuk menghindari ketidakpuasan. Kemudahan Akses, yang diwakili oleh 20%, menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses layanan, baik secara fisik maupun digital, menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan mereka. Akhirnya, Inovasi Layanan dengan persentase 15% mencerminkan pentingnya inovasi dalam pelayanan yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menggarisbawahi perlunya penyedia jasa cuci sepatu untuk memperhatikan aspek-aspek tersebut agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen dan meningkatkan daya tarik layanan mereka. Dengan fokus pada kualitas, transparansi, kemudahan akses, dan inovasi, penyedia jasa dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen dalam jangka panjang.

## REFERENSI

- Anggraeni, D. (2023). Penerapan Metode Service Quality dalam Melihat Pengaruh Kinerja Pegawai terhadap Kualitas Pelayanan Publik.
- Mahadewi, I., Adnyana, I. P., & Supriyadi, A. (2023). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in the Cleaning Service Industry. *Value: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 78-89.
- Setyawan, D., Susanti, A., & Pratama, M. (2019). Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 42-54. DOI:10.31315/opsi.v12i1.2827
- Wahyudi, A., Setiawan, S., & Handayani, L. (2023). Inovasi Layanan sebagai Upaya Peningkatan Minat Konsumen dalam Menggunakan Layanan Jasa. *Mirai Management Journal*, 5(3), 123-136.
- Yusrani, Y., Septian, D. R., & Haryanto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *European Journal of Business and Management*, 15(2), 100-115. DOI:10.31294/widyacipta.v7i2.15877

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian mengenai jasa cuci sepatu ini. Terima kasih kepada sumber daya, serta kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman mereka. Penulis juga berterima

kasih kepada rekan-rekan peneliti yang telah memberikan masukan berharga selama proses penelitian. Dukungan dan partisipasi semua pihak sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini.