

**PEMANFAATAN MODAL SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN PELANGGAN
(Studi di Job Laundry Kelurahan Cupak Tengah
Kecamatan Pauh Kota Padang)**

SKRIPSI



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2025**

**PEMANFAATAN MODAL SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN PELANGGAN
(Studi di Job Laundry Kelurahan Cupak Tengah
Kecamatan Pauh Kota Padang)**

SKRIPSI

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2025**

ABSTRAK

ELSIANA, 1910819002, Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang, judul Skripsi: Pemanfaatan Modal Sosial Dalam Meningkatkan Pelanggan (Studi Job Laundry Di Kelurahan Cupak Tengah Kecamatan Pauh ,Kota Padang). Pembimbing Dr. Maihasni, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari usaha laundry di Kelurahan Cupak Tengah di Kecamatan Pauh, Padang, Sumatera Barat, yang memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, khususnya usaha laundry, yang didorong oleh urbanisasi, pertumbuhan penduduk, dan perubahan gaya hidup. Salah satu usaha yang menonjol adalah Job Laundry, yang berdiri pada September 2020 dengan memanfaatkan lokasi strategis dekat kos mahasiswa, pasar, dan kampus. Namun, bisnis laundry menghadapi tantangan seperti persaingan ketat, fluktuasi harga energi, dan keterbatasan modal. Modal sosial, berupa kepercayaan, jaringan, dan norma, menjadi strategi penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing, pendapatan, dan keberlanjutan bisnis. Tujuan khususnya mendeskripsikan usaha laundry dalam membangun jaringan, mendeskripsikan usaha laundry meraih kepercayaan pelanggan, dan mendeskripsikan usaha laundry dalam membangun nilai-nilai atau norma dengan pelanggan.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori modal sosial oleh Robert M. Z. Lawang, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi di Job Laundry, Kelurahan Cupak Tengah. Informan dipilih secara purposive sampling meliputi pengusaha dan pelanggan laundry.

Hasil dari penelitian ini bahwa layanan Job Laundry di Padang, Sumatera Barat, telah memenuhi dimensi kualitas pelayanan, meliputi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Job Laundry memberikan pelayanan yang andal, responsif terhadap keluhan, menjamin kenyamanan dan keamanan pelanggan, menunjukkan empati dengan perhatian personal, serta menyediakan fasilitas fisik yang memadai. Pemilik menerapkan slogan 3S (salam, senyum, sapa) dan melakukan evaluasi rutin untuk menjaga kualitas pelayanan. Hasil wawancara pelanggan mengonfirmasi kepuasan atas layanan ramah, tepat waktu, serta tambahan fasilitas seperti cuci kilat dan antar jemput gratis. Dengan memiliki jaringan yang lebih luas, pelaku usaha dapat memanfaatkannya untuk meraih berbagai manfaat dari hubungan yang ada.

Kata Kunci : Modal Sosial, meningkatkan pelanggan, Laundry Padang

ABSTRACT

ELSIANA, 1910819002, Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang, thesis title: Utilization of Social Capital in Increasing Customers (Study Job Laundry in Cupak Tengah Village, Pauh District, Padang City). Supervisor Dr. Maihasni, M.Si.

Population growth, and lifestyle changes. The busyness of the community, especially students and workers, creates a high demand for laundry services, which not only provide convenience but also create jobs and increase local economic income. One of the standout businesses is Job Laundry, which was established in September 2022 by taking advantage of a strategic location near student boarding houses, markets, and campuses. However, the laundry business faces challenges such as fierce competition, fluctuations in energy prices, and limited capital. Social capital, in the form of trust, networks, and norms, is an important strategy for business actors to increase competitiveness, income, and business sustainability. The general purpose of this study is to describe the use of social capital of laundry business to increase customers. The specific purpose is to describe the laundry business in building .

The theory used in this study is the theory of social capital by Robert emphasizes three main elements: trust, social networks, and norms as social investment. This study uses a qualitative descriptive method to analyze the use of social capital in the laundry business, with data collection techniques through interviews and observations at Job Laundry, Cupak Tengah Village. Informants were selected by purposive sampling including entrepreneurs and laundry customers.

The results of this study show that the Job Laundry service in Padang, West Sumatra, has met the dimensions of service quality, including reliability, responsiveness, guarantee, empathy, and physical evidence. Job Laundry provides reliable service, is responsive to complaints, ensures customer comfort and safety, shows empathy with personal attention, and provides adequate physical facilities. The owner applies the 3S slogan (greetings, smiles, greetings) and conducting regular evaluations to maintain the quality of service. The results of customer interview confirmed the satisfaction of the friendly, punctual service, as well as additional facilities such as express washing and free shuttle. By having a wider network, business actors can take advantage of it to share the benefits of existing relationships.

Keywords: Social Capital, Increasing Customers, Laundry Padang