



Kualitas Pelayanan Usaha Jasa Laundry 173 Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Kristina Damayanti*, Binti Muflikah

Universitas Terbuka

Abstrak: Kualitas pelayanan adalah perbandingan kesenjangan harapan pelanggan sebelum dan sesudah menerima layanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa, sedangkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa pelanggan yang muncul setelah merasakan dan membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan karena memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penurunan pendapatan pada bulan Juni hingga Agustus 2024 di Laundry 173, dengan menerapkan 5 dimensi kualitas pelayanan keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles) yang disesuaikan dengan janji layanan Laundry 173, sehingga dapat ditentukan solusi penyelesaiannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data utama melalui wawancara dengan pemilik Laundry 173, serta data dari artikel dan buku. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa dimensi reliability (keandalan) dan assurance (jaminan) masih perlu diperbaiki karena ketidaksesuaian antara standar pelayanan yang dijanjikan dengan aktual pelayanan yang diterima pelanggan, meskipun secara keseluruhan kualitas pelayanan berjalan dengan baik. Kesimpulannya, kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mempertahankan pelanggan dan berkontribusi mempengaruhi pendapatan bisnis Laundry 173. Temuan pada penelitian ini bisa digunakan untuk memperbaiki kekurangan pada kualitas pelayanan pada Laundry 173 dan usaha laundry lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Jasa Laundry

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i3.3909>

*Correspondence: Kristina Damayanti

Email: 048510246@ecampus.ut.ac.id

Received: 19-12-2025

Accepted: 19-01-2026

Published: 19-02-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Service quality refers to the discrepancy between customer's expectations prior to receiving a service and their perceptions of the service performance delivered by the provider, whereas customer satisfaction reflects the feelings of pleasure or dissatisfaction that arise after customers evaluate the perceived outcomes against their initial expectations. Service quality is closely associated with customer satisfaction, as it encourages customers to establish and maintain long-term relationships with the company. This study aims to identify the factors contributing to the decline in revenue at Laundry 173 from June to August 2024 by examining the five dimensions of service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles, in alignment with the company's stated service commitments. A qualitative research approach was employed, with primary data collected through in-depth interviews with the owner of Laundry 173 and supported by secondary data derived from relevant books and scholarly articles. The findings indicate that, although overall service quality has been implemented satisfactorily, the dimensions of reliability and assurance require improvement due to inconsistencies between promised service standards and the actual services received by customers. These discrepancies have implications for customer retention and revenue performance. The study concludes that service quality plays a significant role in sustaining customer loyalty and influencing business revenue. The findings provide practical implications for improving service quality at Laundry 173 and offer insights applicable to other laundry service enterprises

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Laundry Service

Pendahuluan

Perkembangan zaman telah mengubah gaya hidup masyarakat secara signifikan dibandingkan masa lalu termasuk dalam gaya hidup (*lifestyle*). Pada umumnya masyarakat sekarang menghadapi aktivitas yang tinggi dalam bidang pekerjaan atau kehidupan sosial setiap hari yang mengakibatkan sedikit waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah tangga, termasuk kegiatan mencuci pakaian. Dahulu, masyarakat memenuhi kebutuhan mencuci pakaian dengan cara manual, namun sekarang semua pekerjaan menjadi mudah, seperti halnya kemudahan dalam mencuci pakaian menggunakan mesin cuci. Kemudahan yang ditawarkan mesin cuci meliputi proses pencucian tanpa menggunakan tangan dan pengeringan tanpa harus dijemur di bawah sinar matahari. Kondisi ini memberikan efisiensi energi dan waktu. Namun tingginya harga mesin cuci menjadi kendala bagi sebagian masyarakat untuk memilikinya. Selain itu sebagian masyarakat yang telah memiliki mesin cuci kadang terkendala waktu untuk mencuci di rumah akibat kesibukan bekerja. Hal ini mengakibatkan kebutuhan mencuci pakaian tidak hanya kebutuhan gaya hidup (*luxury*), namun menjadi kebutuhan utama (*primer*) pada beberapa lapisan masyarakat seperti mahasiswa, pekerja, dan keluarga. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha menawarkan jasa laundry sebagai solusi bagi masyarakat yang tidak memiliki mesin cuci dan keterbatasan waktu untuk mencuci pakaian.

Menurut (Samosir, 2014 dalam Saputro et al., 2022) laundry adalah usaha yang bergerak dibidang jasa cuci dan setrika, sedangkan menurut (Lupiyoadi, 2013 dalam Saputro et al., 2022) jasa adalah hasil yang diciptakan dari suatu aktivitas, yang hasilnya tidak berwujud atau tidak berbentuk fisik.

Tingginya minat masyarakat terhadap layanan ini memicu munculnya berbagai usaha jasa laundry di tengah masyarakat. Kondisi ini menciptakan persaingan usaha yang cukup ketat, sehingga kualitas pelayanan yang baik menjadi kunci bagi pelaku usaha laundry untuk memperkuat dan memperluas usahanya untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan kepuasan pelanggan (Ria et al., 2024 dalam Dwiyanita et al., 2025). Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan dan pelanggan baru yang datang. Kualitas pelayanan disini mencakup keandalan dalam layanan, kecepatan dan ketelitian pengerjaan, keramahan dalam komunikasi, serta penyediaan fasilitas yang memadai.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa laundry mengakibatkan terciptanya peluang bisnis yang menjanjikan yang dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha jasa laundry yang dapat ditemukan di lingkungan masyarakat. Dikarenakan banyaknya usaha jasa laundry dibanyak tempat, hal ini menjadikan persaingan usaha menjadi semakin ketat. Pelaku usaha berlomba-lomba menawarkan jasa laundry dengan berbagai keunggulan untuk mengambil minat masyarakat dengan cara memberikan harga yang kompetitif, layanan antar jemput, hingga pemanfaatan teknologi dalam pelayanan. Konsumen memiliki banyak pilihan alternatif dalam memilih jasa laundry mana yang akan dipilih, dan cenderung mudah berpindah ke penyedia jasa lain apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan konsumen.

(Parasuraman, 1985 dalam Rifa'i, 2023) (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985 dalam (Asnawi, 2017)) melakukan penelitian dan disempurnakan pada 1988, mereka mengembangkan model **SERVQUAL** kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi utama yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti langsung).

Menurut (Kotler, 2005 dalam Mudita et al., 2023) (Kotler, 2007 dalam Susanti & Alexandro, 2019) kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, yang sangat dipengaruhi oleh kesenjangan antara harapan dan pengalaman nyata yang dirasakan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga merupakan keadaan yang dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Indasari Meithiana, 2019 dalam Meisanni & Nugroho 2023), sedangkan menurut (Parasuraman et al, 2018 dalam Azam et al., 2025) kualitas pelayanan bersifat dinamis yang mana mengalami perubahan seiring dengan perkembangan kebutuhan pelanggan, tren pasar, dan kemajuan teknologi. Sehingga pelaku usaha harus memiliki fleksibilitas untuk selalu berinovasi dan melakukan evaluasi untuk memberikan pelayanan terbaik demi keberlangsungan usahanya untuk dapat bertahan (Tarigan et al., 2025). Kualitas pelayanan juga merupakan proses mengelola bisnis yang menjamin kepuasan penuh dari pelanggan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dan efektifitas industri, yang sangat penting untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha bisnis sektor jasa (Christian & Nuari, 2014 dalam Chandra et al., 2020) (Anindya & Iva Mindhayani, 2021 dalam Sulaiman et al., 2025).

Dalam industri jasa, nilai kualitas pelayanan yang diterima pelanggan tidak hanya dari hasil akhir, namun juga dari seluruh proses pelayanan yang diberikan oleh usaha jasa tersebut (Sasongko, 2021 dalam Saputri et al., 2025). Menurut (Tjiptono (2018:268) dalam Tina et al., 2025) (Tjiptono dalam Dewi, 2023) kualitas pelayanan adalah standar yang diharapkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan pelaku usaha harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan karena memberi dampak langsung pada loyalitas pelanggan (Zuhdi dan Irawant, 2020 dalam Tina et al., 2025). Menurut (Tjiptono dalam Febriana et al., 2024) kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang melibatkan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan untuk memenuhi harapan pelanggan. "Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan" (Azam et al., 2025); "Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan" (Firmansyah & Rudy Haryanto, 2019); "Service Quality, Consumer Satisfaction dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis" (Chandra et al., 2020) (Kotler dan Keller, 2019 dalam Hafifah Tasya & Hidayati Purnama Lubis, 2025) kualitas pelayanan merupakan perbandingan atau kesenjangan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dan persepsi setelah layanan diberikan, yang diukur melalui lima dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Jika hasil pelayanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan,

maka dapat mendorong terciptanya kepuasan pelanggan (Parasuraman, 1985 dalam Rifa'i, 2023) (Tjiptono dan Chandra, 2016 dalam Hafifah Tasya & Hidayati Purnama Lubis, 2025).

Dalam buku "Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya" (Sulistiyowati, 2018) kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan yang dikategorikan menjadi tiga yaitu kualitas layanan yang memuaskan apabila layanan yang diterima pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan buruk apabila pelayanan yang diterima pelanggan lebih rendah dibandingkan dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan yang ideal apabila pelayanan yang diterima lebih tinggi dibandingkan dengan yang diharapkan

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang meneliti tentang kualitas layanan dengan judul "Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Ririn di Jalan G.Obos XII Kota Palangka Raya" (Susanti & Alexandro, 2019) adalah Laundry Ririn dapat memberikan kualitas pelayanan yang bisa memenuhi 5 unsur dimensi pelayanan (SERVQUAL) yang memiliki peran penting dalam menghasilkan kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan, berupa kualitas pelayanan nyata yang memberikan apresiasi dan reputasi laundry yang positif.

Penelitian lain yang berjudul "Analisis Kualitas Layanan Pelanggan Cafe Laundry Medan" (Meisanni & Ngajudin Nugroho, 2023) diperoleh hasil penelitian yaitu pelanggan cukup puas dikarenakan fasilitas sangat lengkap, pelayanan cepat dan tanggap, dan metode pembayaran fleksibel, hal ini berkaitan dengan 3 dimensi utama yaitu ketanggapan (responsiveness), empati (emphaty), dan bukti langsung (tangibles). Namun untuk dimensi keandalan (reability) belum terpenuhi dikarenakan terdapat kendala seperti noda pakaian tidak hilang, pewangi pakaian yang kurang, dan pakaian yang robek. Sedangkan untuk dimensi jaminan (assurance) tidak disebutkan pada penelitian tersebut dan belum dijelaskan cara mengatasi permasalahan pada kedua dimensi tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka pada penelitian ini akan mengkaji tentang Laundry 173 yang menghadapi beberapa keluhan keterlambatan pelayanan laundry dan resiko pakaian tertukar antar pelanggan. Keluhan tersebut mengakibatkan 2 dimensi tidak terpenuhi yaitu dimensi keandalan (reliability) dan jaminan (assurance) yang mengakibatkan penurunan pendapatan pada bulan Juni, Juli, dan Agustus. Hal ini menjelaskan bahwa 5 dimensi kualitas pelayanan sangat penting dalam mempengaruhi pendapatan Laundry 173. Rumusan masalah yang pada penelitian ini menjadi dasar untuk mengatasi permasalahan dan memperbaikinya sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah mengenai bagaimana cara yang dapat dilakukan Laundry 173 untuk mengatasi keterlambatan pelayanan laundry sehingga bisa sesuai dengan janji pelayanan 3 hari selesai dan bagaimana cara yang dapat dilakukan Laundry 173 untuk mengatasi resiko pakaian tertukar antara pelanggan yang satu dengan yang lainnya. Sehingga dapat ditentukan solusi untuk Laundry 173 untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kecepatan kerja dan ketelitian dan membantu pemilik Laundry 173 untuk mempertahankan pelanggan.

Metodologi

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik Laundry 173. Jenis data yang digunakan meliputi data utama dari Laundry 173 serta data dari artikel dan buku.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha jasa Laundry 173. Laundry 173 merupakan penyedia pelayanan jasa pencucian pakaian yang berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu dilakukan di Laundry 173 yang berlokasi di Perumahan Graha Raya 3, Boja. Total rumah pada perumahan tersebut berkisar 1000 rumah dengan jumlah penduduk sekitar 3500 orang. Di dalam wilayah tersebut terdapat total usaha jasa laundry sebanyak 7 laundry.

Hasil dan Pembahasan

Laundry 173 adalah sebuah usaha jasa laundry yang berada di Perumahan Graha Raya 3, Boja. Jam operasional Laundry 173 adalah 08.00 sampai 17.00. Laundry 173 penyedia jasa laundry yang berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan melalui jasa pelayanan seperti cuci baju harian, cuci baju kantor, cuci setrika kiloan, cuci kering saja dan setrika saja. Janji pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari proses pakaian diterima, dicuci, dikeringkan, disetrika, dikemas sampai diterima oleh pelanggan adalah 3 hari selesai dari pakaian dimasukkan ke laundry. Pelanggan dapat memilih pilihan layanan cepat satu hari selesai dengan tarif dua kali lipat dari harga normal jika ingin pakaiannya cepat selesai. Laundry 173 menyediakan fasilitas antar jemput untuk area yang berada dalam satu wilayah tanpa dikenakan biaya tambahan. Seluruh aspek tersebut harus dikerjakan dengan baik supaya bisa memenuhi harapan pelanggan yaitu pakaian yang diterima harus bersih, lengkap dan tepat waktu. Meskipun persaingan semakin ketat pada bidang usaha jasa laundry di wilayah tersebut karena ada 7 usaha laundry lain yang menjadi saingan laundry 173, Laundry 173 berupaya maksimal dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar pelanggan tetap menggunakan jasa mereka dan menarik pelanggan baru.

Menurut (Rifa'i, 2023) dalam bukunya "Kepuasan Konsumen", kualitas merupakan variabel yang penting dalam dunia bisnis jasa karena menjadi penentu utama tingkat kepuasan pelanggan. Didalam buku tersebut juga menjelaskan pernyataan Goetsch dan Davis dalam Kotler (2000) yang mengatakan bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut (Kotler dan Keller, 2016 dalam Dwiyana et al., 2025) (Kotler (2003:61) dalam Mohamad, 2019) (Kotler (2014:150) dalam Zulfitri & Halawa Martinus, 2022) (Kotler dalam (Praptiwi, 2016) (Noviherni & Surya Dewantoro, 2024) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah merasakan dan

membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapannya atau persepsi. Jika kinerja lebih rendah dari harapan, pelanggan tidak puas, dan jika sama atau lebih tinggi, maka pelanggan merasa puas atau sangat puas. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi harapan terhadap kualitas pelayanan, harga, dan pengalaman pelayanan sebelumnya dengan membandingkan pelayanan yang sekarang. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat seperti hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan menjadi harmonis, sehingga terjadi pembelian ulang dan pelanggan menjadi loyal (Ibrahim dan Ali, 2024 dalam Arisandi et al., 2025), hal ini menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi pertimbangan utama dalam berbagai latihan bisnis (Rosmani Sinaga, S.E., 2019 dalam Manullang & Heryenzus, 2023).

Menurut (Tjiptono, 2006 dalam Asnawi, 2017) (Parasuraman, 2013 dalam Sentosa et al., 2021) kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Untuk jangka panjang, hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan yang diinginkan pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara maksimal.

Namun, dari hasil wawancara dengan pemilik dan data pendapatan Laundry 173, diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan pada bulan Juni, Juli, dan Agustus 2024 yang disebabkan oleh dua faktor utama, yaitu keterlambatan penyelesaian pelayanan dan tertukarnya pakaian pelanggan. Laundry 173 memiliki berbagai pelayanan untuk pelanggan diantaranya:

Tabel 1. Jenis Pelayanan Laundry 173

Jenis pelayanan	Harga
Baju harian (cuci setrika)	Rp.10.000,00/sepasang
Baju kantor (cuci setrika)	Rp.15.000,00/sepasang
Cuci Setrika kiloan	Rp.6.000,00/kg
Cuci kering saja	Rp.4.000,00/kg
Setrika Saja	Rp.4.000,00/kg
Sprei + Sarung bantal 1 set (4pcs)	Rp.8.000,00/kg
Bed cover mini	Rp.15.000,00/pcs
Bed cover sedang/tanggung	Rp.22.000,00/pcs
Bed cover besar	Rp.30.000,00/pcs
Selimut tebal	Rp.15.000,00/pcs
Selimut tipis	Rp.13.000,00/pcs

Untuk dapat menjalankan pelayanan yang maksimal, Laundry 173 mempunyai tenaga kerja sebagai berikut:

Pemilik : 1 orang

Karyawan : 1 orang

Laundry 173 juga memiliki peralatan untuk proses operasionalnya sebagai berikut :

Mesin cuci : 1 buah

Mesin Pengering : 1 buah

- Setrika uap : 1 buah
- Setrika listrik : 1 buah
- Hanger : 100 pcs
- Timbangan : 1 pcs

Berdasarkan (Parasuraman,1985 dalam Rifa'i, 2023) (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1985 dalam Asnawi, 2017)) mengenai 5 dimensi pelayanan kepuasan pelanggan jika diaplikasikan di Laundry 173, maka pemenuhan 5 dimensi tersebut sebagai berikut :

1. Realibility (keandalan) : ketepatan waktu pada proses pengerjaan di Laundry 173 sangat baik jika kondisi orderan tidak ramai. Namun jika kondisi ramai, standar ini sering tidak terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan pelayanan perlu ditingkatkan. Ketepatan waktu sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena komitmen pelayanan harus dipenuhi sesuai janji pelayanan.
2. Responsiveness (ketanggapan) : pemberian informasi pemilik dan karyawan kepada pelanggan sangat baik dalam penyampaian dan respon. Namun, perlu adanya sistem pencatatan keluhan yang lebih terstruktur agar setiap masalah pelanggan dapat ditindaklanjuti dengan cepat dan tidak berulang dikemudian hari lain.
3. Assurance (jaminan) : Laundry 173 bertanggung jawab apabila ada pakaian yang masih kotor akan diproses cuci ulang dan sikap dari pemilik dan karyawan dalam menyampaikan informasi dan melakukan pekerjaan secara handal membuat para pelanggan memberikan kepercayaan kepada Laundry 173 untuk mencuci baju di Laundry 173. Dan jika ada pakaian yang tertukar maka Laundry 173 akan menelusuri dan mencari pakaian yang hilang tersebut.
4. Empathy (empati) : pemilik dan karyawan Laundry 173 memberikan perhatian penuh dan melaksanakan setiap permintaan pelanggan secara detail, contoh seperti permintaan pelanggan yang meminta untuk pakaian putih, berwarna dan batik untuk dipisah.
5. Tangibles (bukti langsung) : Laundry 173 memberikan pelayanan jasa terbaik berdasarkan keahlian dalam memproses baju dan ditunjang dengan peralatan yang lengkap dan memadai seperti mesin cuci, mesin pengering, dan setrika uap.

Berikut data pendapatan yang didapat dari pemilik Laundry 173 pada Tabel 1 yang didapat saat melakukan wawancara pada tanggal 22 Maret 2025 pada jam 13.25 :

Tabel 2. Data Pelanggan Laundry 173 Januari 2024 Sampai Desember 2024

BULAN	JUMLAH PELANGGAN (ORANG)	TOTAL PENDAPATAN
JANUARI	23	2.200.000
FEBRUARI	25	2.500.000
MARET	28	2.700.000
APRIL	31	3.030.000
MEI	41	3.230.000
JUNI	38	2.980.000
JULI	31	2.600.000
AGUSTUS	23	1.900.000
SEPTEMBER	26	2.300.000
OKTOBER	29	2.500.000

BULAN	JUMLAH PELANGGAN (ORANG)	TOTAL PENDAPATAN
NOVEMBER	30	2.650.000
DESEMBER	33	2.930.000

Berdasarkan Tabel I, terjadi penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan yang signifikan pada bulan Juni, Juli dan Agustus. Setelah dilakukan pengecekan, penyebab penurunan ini sebagai berikut :

1. Penurunan pada bulan Juni disebabkan oleh lonjakan pelanggan pada bulan Mei yang mengakibatkan pegawai kewalahan saat mengerjakan orderan, kondisi ini mengakibatkan janji pelayanan laundry tidak terpenuhi, sehingga memicu keluhan pelanggan karena pakaian tidak dapat segera digunakan.
2. Penurunan pada bulan Juli dan Agustus disebabkan oleh kelalaian pegawai pada bulan Juni. Kelalaian yang dilakukan pegawai adalah tercampurnya pakaian antar pelanggan saat proses penjemuran, yang kemudian mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan pada bulan-bulan berikutnya.

Hasil analisa pada penelitian ini untuk dimensi reliability (keandalan) dan assurance (jaminan) masih perlu diperbaiki karena mengacu dari hasil wawancara dengan pemilik Laundry 173 bahwa keluhan yang terjadi sesuai dengan ketidaksesuaian antara standar pelayanan yang dijanjikan dengan aktual pelayanan yang diterima pelanggan, meskipun secara keseluruhan kualitas pelayanan berjalan dengan baik.

Berikut detail dua aspek yang perlu diperbaiki oleh Laundry 173 berdasarkan keluhan pelanggan yaitu:

1. Reliability (keandalan): terjadi keterlambatan penyelesaian order di Laundry 173 pada kondisi ketika order dari pelanggan ramai sehingga janji pelayanan tiga hari tidak terpenuhi.
2. Assurance (jaminan): terjadi tertukarnya baju pelanggan yang satu dengan yang lainnya.

Jika dikaitkan dengan (Chandra et al., 2020) dalam buku *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*, peningkatan kualitas pelayanan secara konsisten akan memberikan peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting untuk Laundry 173 dalam menghadapi persaingan usaha laundry yang ketat di wilayah Mijen, Semarang.

Dua permasalahan yang terjadi di Laundry 173 yang terdapat pada 2 aspek dimensi dapat diselesaikan dengan cara:

1. Untuk permasalahan pertama pada jangka waktu penyelesaian order ketika kondisi ramai bisa menggunakan cara yaitu:
 - a. Penambahan karyawan freelance;
 - b. Penambahan mesin cuci;
 - c. Penambahan shift malam untuk karyawan ketika orderan banyak;
 - d. Memberikan info diawal kepada pelanggan mengenai kondisi orderan yang sedang ramai sehingga kemungkinan proses penyelesaian bisa lebih dari 3 hari.

2. Untuk permasalahan kedua yaitu pakaian yang tertukar bisa menggunakan cara yaitu:
 - a. Pemberian label pada setiap pakaian untuk menghindari tertukarnya baju pelanggan;
 - b. Pemisahan sewaktu menjemur menggunakan penanda atau pembatas;
 - c. Pengecekan ulang oleh karyawan pada baris jemuran ketika selesai menjemur.

Dengan perbaikan pada proses pengerjaan tersebut, Laundry 173 diharapkan dapat meningkatkan keandalan dan jaminan pelayanan, sehingga dapat mempertahankan pelanggan lama, menarik pelanggan baru, sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha untuk kedepannya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan Laundry 173, dapat disimpulkan bahwa secara umum kualitas pelayanan Laundry 173 yang diberikan sudah cukup baik. Temuan pada penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam mempertahankan pelanggan dan berkontribusi mempengaruhi pendapatan bisnis Laundry 173. Meskipun demikian masih ditemukan permasalahan pada dimensi keandalan (reliability) pada keterlambatan penyelesaian pesanan yang disebabkan oleh lonjakan pelanggan dan keterbatasan tenaga kerja serta peralatan. Untuk dimensi ini, Laundry 173 perlu melakukan penambahan tenaga kerja, menambah mesin cuci, dan juga penambahan sistem shift kerja tambahan pada saat jumlah order meningkat. Dan juga menyampaikan informasi keterlambatan kepada pelanggan secara terbuka diawal.

Temuan permasalahan lain terjadi pada dimensi assurance (jaminan) yang disebabkan oleh pakaian tertukar antar pelanggan. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan label berdasarkan nama pelanggan pada setiap pakaian pelanggan, memisahkan area penjemuran berdasarkan nama pelanggan, serta melakukan pengecekan ulang sebelum pakaian dikemas dan diserahkan ke pelanggan. Penerapan SOP sistem kerja yang lebih rapi dan teliti ini dapat membantu meminimalkan kesalahan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan Laundry 173.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan menggunakan referensi penelitian yang lebih beragam, sehingga penerapan lima dimensi kualitas pelayanan dapat diterapkan lebih optimal pada usaha yang diteliti.

Referensi

- Arisandi, A., Agusti, & Fator Rahman. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Erma Laundry Kelurahan Mimbaan Situbondo). 5(2), 2025–2569. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v5i2.1293>
- Asnawi, A. (2017). Servqual Model Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Bongkar Muat dan EMKL (Studi pada P.T. Sarana Bandar Nasional Surabaya).
- Azam, A. M., Luluk Zahrotul Mauluddiyah, Rukin, & Anggi Aisafitri. (2025). Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan. www.freepik.com

- Chandra, T., Stefani Chandra, & Layla Hafni. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis.
- Dewi, C. P. (2023). Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Citra Laundry.
- Dwiyana, A., Farid Pirdaus, Giska Wafiq Azizah Setiawan, Ogin Herdiana, Stephani Tri Nopelit, & Zharifa Putri Azzahra. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Ende Laundry. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 278–294. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4671>
- Febriana, V., Juliana, Riska Rahmatillah, Fatawil Akbar, & Fitri Hayati. (2024). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Usaha Laundry Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Sahabat Laundry Coin Medan. 18(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1>
- Firmansyah, F., & Rudy Haryanto. (2019). Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan.
- Hafifah Tasya, & Hidayati Purnama Lubis. (2025). Analisis Harga, Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan di Laundry Super Wash. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 306–321. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4873>
- Manullang, N. R., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Extra Qilo Laundry Kiloan di Kota Batam.
- Meisanni, & Ngajudin Nugroho. (2023). Analisis Kualitas Layanan Pelanggan Cafe Laundry Medan. In *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)* (Vol. 23, Number 2).
- Mohamad, A. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada Penyedia Jasa Loundry (Study Kasus Pada My Loundry).
- Mudita, N. R., Utama, L., & Verawati. (2023). Kualitas Pelayanan Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Weshwash Laundry. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(1), 257–265. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.24110>
- Noviherni, & Surya Dewantoro, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelanggan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Harfia Laundry di Wilayah Jakarta Pusat. In *JOURNAL INTELEKTUAL 2024* (Vol. 3, Number 1). <https://ejournal.stieppi.ac.id/index.php/jin/34>
- Praptiwi, R. N. (2016). Analisis Kualitas Jasa dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan “Usaha Jasa Laundry Super Kinclonk di Depok.”
- Rifa’i, K. (2023). Kepuasan Konsumen.

- Saputri, A., Syifa Yulianti, Nurlelah, & Budiharjo. (2025). Analisa Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan untuk Mengoptimalkan Kepuasan Pelanggan pada Industri Ratu D'laundry. *Konstruksi: Publikasi Ilmu Teknik, Perencanaan Tata Ruang Dan Teknik Sipil*, 3(4), 284–296. <https://doi.org/10.61132/konstruksi.v3i4.1187>
- Saputro, S. A., Deny Andesta, & Elly Ismiyah. (2022). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Laundry Bu Mini Dengan menggunakan Metode Service Quality dan Metode Quality Function Deployment. 3(1).
- Sentosa, R., Laura Lahindah, & Linda Gandajaya. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Quality Function Deployment Pada Modern Laundry Cirebon (Vol. 25).
- Sulaiman, H. J., Muhammad Zhafir Afif, Bilkis Aulia Luxfiati, Ely Siti Holisoh, & Feera Adila Adha Febrianti. (2025). Seberapa Pentingnya Kepuasan dan Kualitas Untuk Mencapai Loyalitas Dalam Bisnis Laundry. *Jurnal Administrasi Profesional*, 06(01).
- Sulistiyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya*.
- Susanti, R., & Alexandro, R. (2019). Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Ririn Di Jalan G. Obos XII Kota Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 2(11), 244–251. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Tarigan, A. A., M. Rusdi, & Iskandar Muda Sipayung. (2025). Pengaruh Waktu Penyelesaian Layanan dan Kualitas Hasil Cuci Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Laundry Graha Jalan Sisinga Mangaraja Rantauprapat. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(1), 111–117. <https://doi.org/10.56916/jimab.v4i1.1290>
- Tina, Eriawaty, & Dewi Rakhmawati. (2025). Analisis Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Laundry Berkat Gawi Kasinta Palangka Raya [Analysis Of Price And Service Quality On Customer Loyalty At Laundry Bussines Berkat Gawi Kasinta Palangka Raya]. <https://jurnal.yalamqa.com/index.php/gara>
- Zulfitri, & Halawa Martinus. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry di Kota Pekanbaru.