

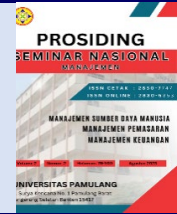


Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2024: 88-93

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Mama Laundry di Rempoa Kota Tangerang Selatan

Apriana Maharani¹, Dhea Monica^{2*}, Najla Rofifah³, Yusman⁴, Yuyus Kadarusman⁵, Zelin Ferdias Capriati⁶, Aprilia Astuti⁷, Yulies Herni⁸

Universitas Pamulang

E-mail: Aprianamr04@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 02 Oktober 2023 Disetujui 20 Oktober 2023 Diterbitkan Februari 2024</p>	<p>Mutu pelayanan memiliki peran sentral dalam industri jasa, dan strategi terbaik adalah menyajikan pelayanan berkualitas untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, menjaga pelanggan yang sudah ada, menghindari kehilangan pelanggan, dan menciptakan keunggulan unik yang tidak hanya berdasarkan harga. Saat pelanggan merasakan pelayanan sesuai harapan, itu akan menciptakan persepsi positif dan kepuasan. Sukses perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya memenuhi kebahagiaan pelanggan. Perusahaan dalam kerangka sistemnya harus berfokus pada pelanggan sebagai konsumen jasa untuk efisiensi dalam memberikan layanan atau produk berkualitas sesuai harapan pelanggan. Sebaliknya, perusahaan juga harus memastikan kebahagiaan pelanggan internal, yakni karyawan (produsen jasa), guna menghasilkan layanan berkualitas sesuai harapan pelanggan eksternal.</p>
<p>Kata Kunci: Kualitas pelayanan jasa</p>	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p>
<p>Keywords: <i>Quality of service</i></p>	<p><i>Service quality has a central role in the service industry, and the best strategy is to provide quality service to get more customers, keep existing customers, avoid losing customers, and create unique advantages that are not only based on price. When customers experience service as expected, it will create a positive perception and satisfaction. A company's success is greatly influenced by its ability to fulfill customer happiness. Companies within their system framework must focus on customers as consumers of services for efficiency in providing quality services or products according to customer expectations. On the other hand, companies must also ensure the happiness of internal customers, namely employees (service producers), in order to produce quality services according to external customers' expectations.</i></p>

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, perusahaan jasa beroperasi di dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan yang memberikan layanan atau produk dengan kualitas yang tinggi akan memengaruhi perilaku konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan-perusahaan yang mampu menyediakan produk atau layanan berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik memiliki kemampuan untuk bersaing dan bertahan dalam

pasar. Ini membantu mereka menciptakan nilai yang lebih superior dibandingkan dengan pesaing mereka. Oleh karena itu, perusahaan baru yang ingin memasuki pasar harus memahami dengan baik perubahan dalam perilaku konsumen yang terus berkembang.

Salah satu usaha untuk menarik konsumen pengguna jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah menggunakan jasa tersebut. Menurut McDougall dan Levesque (2000), bahwa kepuasan pelanggan pada jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu kualitas inti dan kualitas peripheral. Kualitas inti merupakan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan, keramahan layanan, ketepatan layanan, dan ketepatan informasi yang dibutuhkan konsumen. Kualitas peripheral merupakan penilaian konsumen terhadap suatu kualitas yang menyebabkan suatu barang atau jasa menjadi pilihan dan menjadi kualitas pendukung, seperti: lokasi, fasilitas.

Kualitas layanan memiliki peran krusial dalam industri jasa. Menyediakan layanan terbaik adalah strategi yang menguntungkan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menghindari kehilangan pelanggan, serta menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya berdasarkan harga. Ketika pelanggan merasakan bahwa layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya memberikan kepuasan dan kebahagiaan kepada pelanggan. Perusahaan, dalam konteksnya sebagai sebuah sistem, harus berfokus pada pelanggan sebagai konsumen jasa, sehingga mereka dapat lebih efektif dan efisien dalam memberikan jasa atau produk berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Di sisi lain, perusahaan sebagai sistem juga perlu memastikan kebahagiaan pelanggan internal, yaitu para karyawan (produsen jasa), agar dapat menghasilkan layanan berkualitas yang sesuai dengan harapan pelanggan eksternal.

Kebutuhan ekonomi yang semakin meningkat mendorong masyarakat untuk meningkatkan penghasilan mereka. Oleh karena itu, masyarakat dituntut untuk menjadi lebih efisien dalam memanfaatkan waktu dan jam kerja mereka. Kesibukan yang terus meningkat di kota Tangerang Selatan, seiring dengan upaya pemenuhan kebutuhan hidup, telah membuat sebagian masyarakat tidak lagi memiliki waktu untuk menyelesaikan pekerjaan domestik, terutama mencuci dan menyetrika pakaian. Beberapa orang melihat bahwa mencuci dan menyetrika memakan banyak waktu, dan dengan mempertimbangkan "*opportunity cost*," mereka memilih menggunakan jasa laundry. Situasi ini memberikan peluang pertumbuhan bagi usaha jasa laundry. Selain itu, beberapa masyarakat di Rempoa Kota Tangerang Selatan juga mempertimbangkan kualitas air yang kurang baik, dengan bau yang tidak sedap dan berwarna, yang dapat merusak pakaian. Oleh karena itu, banyak dari mereka memilih untuk menggunakan jasa laundry.

Di samping itu, penyedia jasa laundry seperti Mama laundry di jalan G. Ribi II menggunakan mesin cuci berkualitas tinggi yang tidak merusak pakaian yang dicuci. Mereka juga menggunakan produk perawatan khusus untuk mempertahankan warna dan keharuman pakaian. Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pakaian konsumen juga relatif singkat, hanya dalam dua hari pakaian sudah dikembalikan dalam keadaan bersih, rapi, dan wangi. Hal ini membuat masyarakat cenderung memilih jasa laundry daripada menyewa pekerja lepas untuk mencuci dan menyetrika pakaian mereka, karena jasa laundry memberikan hasil yang lebih baik dan biayanya tidak jauh berbeda. Terlebih lagi, beberapa laundry saat ini juga menyediakan layanan antar-jemput, seperti yang dilakukan oleh Mama Laundry di jalan G. Ribi II, Rempoa, yang menjemput pakaian kotor konsumen dan mengantar pakaian yang telah selesai dicuci kembali ke alamat konsumen.

LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Kotler Dan Keller (2017:158) terdapat empat manfaat kualitas layanan yaitu :

1. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
2. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
3. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.
4. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas

Menurut christian gronroos dalam rolando (2018:56) mengemukakan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

1. Menjaga dan memperhatikan, bahwa pelanggan akan merasakan kepuasan Kualitas pelayanan karyawan dan sistem operasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka.
2. Spontanitas, di mana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan Masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah, karyawan yang berhubungan langsung dengan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standar yang ada, termasuk pelatihan yang diberikan untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik.
4. Perbaikan, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus mempunyai personil yang dapat menyiapkan usaha-usaha khusus untuk dapat mengatasi kondisi tersebut.

METODE

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian yaitu dengan pendekatan kualitatif, dengan metode fenomenologi yang mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu ini digunakan agar mendapatkan data yang mendalam, Dalam penelitian ini penulis berperan ganda, yaitu selain sebagai pengumpul data juga sebagai instrumen, yaitu untuk mendapatkan data lebih akurat dari pemilik, karyawan dan konsumen tentang Kualitas Pelayanan Jasa Mama Laundry di Jalan G.Ribi II Rempoa. Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Sumber data utama dalam “Penelitian kualitatif Menurut Creswell dikutip Eddles-Hirsch (2015) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang tertarik untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengalaman sebuah fenomena individu dalam dunia sehari-hari. Berkaitan dengan hal itu, pada bagian ini jenis data dibagi kedalam kata-kata, tindakan, sumber data tertulis, dan foto. Dimana data hasil penelitian didapatkan melalui dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengungkapkan data mengenai bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas layanan jasa Mama laundry dilihat dari dimensi *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (Empati), maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu, aktivitas dalam analisis data kualitatif yaitu: reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa tawaran pelayanan jasa laundry yang ditawarkan oleh Mama laundry yaitu

Tabel 1. Data Jasa Layanan Laundry

No.	Jenis Layanan Laundry
1.	Pakaian
2.	Gorden
3.	Karpet
4.	Tas
5.	Boneka
6.	Sepatu
7.	Topi
8.	Kasur Palembang

Adapun tenaga kerja yang membantu dalam pelayanan jasa laundry adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Tenaga Kerja

No.	Nama	Jumlah
1.	Pemilik	1
2.	Karyawan	2

Adapun peralatan yang dipakai oleh tenaga kerja dalam melakukan kegiatan mencuci adalah :

Tabel 3. Data Peralatan

No.	Nama	Jumlah
1.	Mesin Cuci Kapasitas 11 kg	1

2.	Mesin Pengering 11 kg	1
3.	Seterika	2
4.	Vaccum Tabel	1

Setelah peneliti melakukan penelitian di Mama Laundry jalan G. Ribi II Rempoa Kota Tangerang Selatan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, dapat dipaparkan hasil penelitian sebagai berikut : Menurut Kotler (2007) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Menurut (Parasuraman, et al, 1988), terdapat lima indikator *SERVQUAL* sebagai berikut:

- a. **Keandalan (*reliability*)**, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Mala selaku pemilik dari usaha Mama Laundry yang dilakukan pada hari Rabu, 11 Oktober 2023 Peneliti menanyakan masalah ketepatan waktu (akurat dan terpercaya) dalam hal mengerjakan cucian. Berdasarkan hasil wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas jasa pelayanan yang diberikan Mama Laundry pada dimensi Keandalan (*reliability*) terutama ketepatan waktu (akurat dan terpercaya) sangat memuaskan pelanggan, meskipun ada hambatan dilapangan seperti kendala pemadaman listrik, tapi semua bisa diatasi oleh Mama laundry, sehingga bisa tepat waktu memberikan layanan kepada pelanggan yang menggunakan jasa usaha laundry mamamala.
- b. **Ketanggapan (*responsiveness*)**, yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Mala selaku pemilik usaha jasa Mama Laundry mengenai pelayanan yang cepat/respon kepada pelanggan, Berdasarkan hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas jasa pelayanan yang diberikan Mama Laundry pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Semuanya sudah dijalankan oleh Mama Laundry, dan pelanggan merasa dilayani.
- c. **Jaminan (*assurance*)**, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dari hasil wawancara dapat diambil kesimpulan, bahwa manajemen Mama laundry sangat bertanggung jawab dan bisa memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan, dan pelanggan pun merasakan kualitas layanan yang diberikan Mama laundry
- d. **Empati (*empathy*)**, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Kesiediaan dalam memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan, variabel-variabel: 1) perhatian secara individu kepada pelanggan. 2) memperhatikan kebutuhan dan keperluan pelanggan. Peneliti menanyakan bagaimana sikap karyawan Mama laundry Rempoa Kota Tangerang Selatan, ketika melihat konsumen yang datang. Dari hasil wawancara, dapat di tarik kesimpulan bahwa dimensi empati yang dilakukan oleh laundry Mamamala sudah dilakukan dan pelanggan semua merasa dilayani oleh laundry mamamala.
- e. **Bukti fisik (*tangibles*)**, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Dalam hal bukti fisik seperti peralatan yang digunakan oleh mama laundry sangat memadai, ini sudah terlihat bagaimana mama laundry melayani para pelanggannya dengan baik. Dan peneliti melakukan wawancara bagaimana dengan fasilitas peralatan yang ada di Mama Laundry, seperti hasil wawancara peneliti yang dilakukan pada hari Rabu 11 oktober dengan Ibu Mala selaku pemilik usaha jasa laundry. Dari hasil wawancara di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi tangible yang dimiliki oleh jasa Mama laundry sangat memadai, berdasarkan wawancara peneliti dengan pemilik, karyawan dan pelanggan.

Hasil dan analisis kualitatif terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan dapat diuraikan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Reliability* (Keandalan)
Mama Laundry Rempoa di Kota Tangerang Selatan telah membuktikan kemampuan untuk memberikan layanan yang dapat dipercaya dan akurat kepada pelanggan. Mereka memastikan kinerja sesuai harapan pelanggan, memberikan layanan sesuai dengan janji mereka dengan cepat, akurat, dan memuaskan, dan memelihara citra perusahaan serta kualitas pelayanan untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
Mama Laundry Rempoa mengutamakan responsivitas dalam memberikan layanan. Mereka dengan cepat menangani keluhan atau masalah pelanggan dan memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan pelanggan, memastikan bahwa pelanggan merasa diperhatikan, dilayani dengan cepat, dan dibantu saat mengalami masalah.
3. *Assurance* (Jaminan)
Mama Laundry Rempoa memberikan jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan mereka. Mereka fokus pada kinerja pelayanan untuk memastikan bahwa pelanggan merasa yakin bahwa pelayanan akan diselesaikan dengan baik, cepat, dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan.
4. *Empathy* (empati/perhatian)
Jasa Mama Laundry Rempoa menunjukkan perhatian individual kepada pelanggan dengan upaya memahami keinginan mereka. Mereka memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang kebutuhan pelanggan, memberikan solusi demi kepentingan pelanggan, dan memberikan pengalaman pribadi serta jam operasi yang nyaman.
5. *Tangibles* (Bukti Fisik)
Jasa Mama Laundry dalam memberikan pelayanan merupakan bukti nyata yang diberikan oleh pemberi jasa kepada para konsumen/pelanggan. Setiap orang yang menginginkan pelayanan dapat merasakan pentingnya bukti fisik yang ditunjukkan oleh pengembang pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kepuasan. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, *performance* pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam suatu organisasi modern dan maju, pertimbangan dari para pengembang pelayanan, senantiasa mengutamakan bentuk kualitas kondisi fisik yang dapat memberikan apresiasi terhadap orang yang memberi pelayanan. Kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, dan menunjukkan suatu *performance* tampilan yang cakap, berwibawa dan memiliki integritas yang tinggi sebagai suatu wujud dari prestasi kerja yang ditunjukkan kepada orang yang mendapat pelayanan.

KESIMPULAN

Dalam era globalisasi, perusahaan jasa beroperasi di dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan yang memberikan layanan atau produk dengan kualitas yang tinggi akan memengaruhi perilaku konsumen, yang pada gilirannya memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan-perusahaan yang mampu menyediakan produk atau layanan berkualitas tinggi dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik memiliki kemampuan untuk bersaing dan bertahan dalam pasar. Menurut McDougall dan Levesque, bahwa kepuasan pelanggan pada jasa dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu kualitas inti dan kualitas peripheral. Menyediakan layanan terbaik adalah strategi yang menguntungkan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menghindari kehilangan pelanggan, serta menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya berdasarkan harga. Ketika pelanggan merasakan bahwa layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan.

Dari lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk melihat kualitas pelayanan jasa pada Mama laundry di jalan G. Ribi II Rempoa Kota Tangerang Selatan yaitu *Tangibel* (Berwujud), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa yang ada di Mama laundry Rempoa sangat baik. Ini bisa dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada para informan. Dan Mama laundry Rempoa selalu meningkatkan kualitas guna menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi para pelanggan dan pemberi pelayanan secara terus-menerus. Salah satu usaha untuk menarik konsumen pengguna jasa yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah menggunakan jasa tersebut.

REFERENSI

- Eddles-Hirsch, Katrina. 2015. Phenomenology and Educational Research. International Journal of Advanced Research, Vol. 3 Issue 8, Agustus 2015
- Gronroos, C.1992. Service Management and Marketing. Lexington Books.Massachusetts, Toronto.
- Kotler and Keller. 2017. Marketing Management. 15e Global Edition. Pearson
- Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. Indeks, Jakarta
- McDougall, Gordon H.G and Levesque, Terrence. 2000. Customer Satisfaction with service: putting perceived value into the equation. Journal of Service Marketing Vol.14 No.5: 392-410
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing. Marketing Science Institute. 1(64): h: 12-40.
- Tjiptono (2019). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta: Penerbit Andi