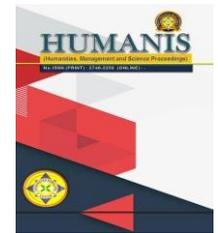


Program Pascasarjana Magister Manajemen

Jl. Raya Puspipetek, Buaran, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310,

Email : humanissemnas@gmail.com



Special Issue :

Webinar Nasional
HUMANIS 2024

Website. :

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

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN USAHA BIDANG JASA PADA UMKM BINATU (STUDI KASUS PADA QU LAUNDRY CIMANGGIS)

Udin Ahidin¹; Mirani Erliana Setyaningsih²; and Riya Fitriani³

Universitas Pamulang, dosen00406@unpam.ac.id¹; mirani.erliana7@gmail.com²; riyafitriani@gmail.com³

Abstract. *This study aims to determine the quality of service that has been carried out by QU Laundry. This study was conducted using a quantitative research method with a descriptive percentage analysis approach. The data collection technique was by distributing questionnaires and additional direct interviews with 35 participants consisting of 1 business owner, 4 employees, and 30 users of QU Laundry services. The results of the study were that the superior service quality with the largest percentage was clean and fragrant laundry results equipped with safe and neat packaging (physical evidence), employees had trained skills to ensure that the results were clean, neat, and fragrant (assurance), and willingness to help customers and provide fast service (responsiveness). Then the poor service quality was in the lowest assessment criteria, namely the arrangement of laundry equipment and tools was not neat so that customers felt uncomfortable (physical evidence), processing orders was not in accordance with customer instructions (reliability), additional services such as electronic notes and reminders when orders were completed online to make it easier for customers had not been carried out to all customers (physical evidence).*

Keywords: service quality, percentage, superior

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang sudah dilakukan QU Laundry. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif persentase. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan sebaran kuesioner dan tambahan wawancara secara langsung dengan 35 orang partisipan yang terdiri dari 1 orang pemilik usaha, 4 orang karyawan, serta 30 pengguna jasa QU Laundry. Hasil penelitiannya yakni kualitas pelayanan yang unggul dengan persentase paling besar adalah hasil laundry bersih dan wangi dilengkapi packing yang aman dan rapih (bukti fisik), karyawan memiliki skill yang terlatih agar menjamin bahwa hasil bersih, rapi, dan wangi (jaminan), serta kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat (daya tanggap). Kemudian kualitas pelayanan yang kurang baik ada pada kriteria penilaian yang terendah yakni penataan perlengkapan dan peralatan laundry tidak rapih sehingga pelanggan merasa tidak nyaman (bukti fisik), memproses pesanan kurang sesuai instruksi pelanggan (keandalan), layanan tambahan seperti nota elektronik dan pengingat saat pesanan selesai melalui online untuk mempermudah pelanggan belum dilakukan ke semua pelanggan (bukti fisik).

Kata kunci: kualitas pelayanan, persentase, unggul

PENDAHULUAN

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor penentu utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berbeda dengan produk fisik, jasa sering kali tidak dapat disentuh atau dilihat sebelum pembelian, sehingga pelanggan sangat bergantung pada pengalaman mereka dalam menilai kualitas. Di dunia bisnis yang semakin kompetitif, keberhasilan sebuah bisnis tidak hanya bergantung pada produk atau layanan yang mereka tawarkan, tetapi juga pada bagaimana mereka berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran modern adalah *People* atau Orang. Strategi pemasaran yang berfokus pada *people* menempatkan karyawan dan pelanggan sebagai inti dari seluruh aktivitas pemasaran. Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Strategi pemasaran *people* melibatkan serangkaian pendekatan yang bertujuan untuk memberdayakan karyawan, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan, sehingga pengalaman yang mereka alami saat berinteraksi dengan sebuah merek menjadi faktor penentu utama dalam kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi keputusan pembeli.

Dengan fokus pada karyawan dan pelanggan, pemilik bisnis dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan keberhasilan dalam lingkungan bisnis yang dinamis menggunakan keunggulan kompetitifnya yakni kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, studi ini akan menggali berbagai aspek penilaian kualitas pelayanan Studi Kasus pada bisnis jasa QU Laundry.



Diagram 1 Volume Penjualan QU Laundry Periode 2021-2023

Dari grafik di atas terlihat bahwa selama 3 tahun terakhir penjualan meningkat secara signifikan baik pada produk Kiloan maupun Satuan. Adanya tren yang meningkat tersebut selanjutnya akan dianalisis sehingga dapat menjadi bahan literasi bagi untuk akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum. Tujuan dari penulisan studi ini yakni untuk mengetahui kualitas pelayanan yang sudah dilakukan oleh QU Laundry.

KAJIAN LITERATUR

Tjiptono (2014) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk keunggulan, unik, dan berbeda dari suatu layanan untuk memenuhi serta memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kasmir (2005, hal. 3), faktor terpenting pada pelayanan adalah sumber daya manusianya. Yang mana peran manusia (karyawan) dalam melayani konsumen dapat berpengaruh sangat besar karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

Baik faktor internal maupun internal, keduanya memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan. Selain itu, tiap bagian tersebut juga akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang cukup penting yakni sebagai berikut :

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal (interaksi antar pegawai dalam bisnis), pola manajemen organisasi secara umum, pengembangan sumber daya manusia, penyediaan fasilitas pendukung, iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja, serta pola kompensasi dan insentif.

- b. Faktor yang berpengaruh para kualitas pelayanan eksternal (pelanggan eksternal), diantaranya yakni pola pelayanan dan standar operasional penyediaan layanan, serta pola layanan dalam penyediaan jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan banyak faktor yang mempengaruhi antara lain sumber daya manusia, kesadaran, aturan dan SOP, organisasi, sarana pelayanan, keterampilan dan kemampuan, serta pengalaman pelanggan. Selain itu faktor internal dan eksternal tersebut juga menjadi hal penting dan berpengaruh yang perlu diperhatikan dalam mewujudkan pelayanan yang berkualitas bagi pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2014) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yakni sebagai berikut :

- Bukti Fisik (*Tangibles*), merupakan sebuah bukti nyata bahwa suatu bisnis dapat menampilkan pelayanan terbaik kepada konsumen seperti bangunan, penampilan karyawan, fasilitas, perlengkapan dan lain sebagainya, hal ini merujuk pada segala sesuatu yang dapat dilihat dan bersifat fisik, serta dirasakan langsung oleh konsumen.
- Empati (*Emphaty*), mencakup beberapa aspek yang berfokus untuk memahami keinginan konsumen secara tulus dan bersifat pribadi yang diberikan oleh pemilik bisnis sehingga konsumen merasa dilayani dengan baik, merujuk pada kemampuan layanan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara khusus.
- Keandalan (*Reliability*), merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dengan cara yang disepakati bersama dan tanpa kesalahan sehingga bisnis dapat diandalkan. Hal ini merujuk pada kemampuan layanan untuk memberikan apa yang dijanjikan kepada pelanggan secara konsisten dan tepat waktu.
- Daya tanggap (*Responsiveness*), merupakan kemampuan bisnis dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan konsumen secara cepat dan akurat, dengan mengkomunikasikan informasi yang jelas. Saat terjadi kesalahan dalam layanan pasti akan memberi kesan negatif bagi perusahaan. Namun, jika jika perusahaan dapat memberi respon yang baik dan mengatasi kesalahan ini dengan cepat, maka akan menjadi pengalaman yang berkesan bagi konsumen.
- Jaminan (*Assurance*), merujuk pada rasa aman dan kepercayaan yang ditanamkan oleh penyedia layanan kepada konsumen melalui kompetensi, kredibilitas, dan jaminan yang diberikan dalam layanan. Ditunjukkan dengan kemampuan para karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan mampu memberikan jaminan rasa aman terhadap konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif persentase. Teknik pengumpulan data pada penelitian diperoleh dari data primer dan sekunder. Data primer didapat dari sebaran kuesioner dan tambahan wawancara secara langsung dengan 1 orang pemilik usaha, 4 orang karyawan, serta 30 pengguna jasa (konsumen) QU Laundry guna memperoleh data yang akurat dari sumber yang tepat. Data sekunder di dapatkan dari studi pustaka, artikel, dan jurnal.

Riduwan (2004) menjelaskan analisis deskriptif persentase sebagai metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan meringkas data dalam bentuk persentase. Hal ini digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan mudah dipahami mengenai distribusi data dalam suatu populasi atau sampel. Perhitungan persentase tersebut dilakukan pada setiap kategori dengan rumusan berikut:

$$\text{Persentase tiap kategori} = \left(\frac{\text{Skor narasumber yang menjawab "YA"}}{\text{Skor maksimal}} \right) \times 100\%$$

tingkat kriteria selanjutnya skor yang didapatkan dalam (%) dengan analisis deskriptif persentase dengan tabel kriteria berikut:

Tabel 1 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

Persentase	Kriteria
90% - 100%	Sangat baik

80% - 90%	Baik
70% - 80%	Cukup baik
50% - 70%	Kurang baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Persentase Kualitas Pelayanan QU Laundry

Indikator	No	Pertanyaan	YA	TIDAK	Persentase YA
Bukti Fisik (Tangibles)	1	Penataan perlengkapan dan peralatan laundry bersih dan rapih sehingga pelanggan merasa lebih nyaman	20	15	57%
	2	Hasil laundry bersih dan wangi dilengkapi packing yang aman dan rapih	35	0	100%
	3	Terdapat nota elektronik dan pengingat saat pesanan selesai melalui online sebagai pelayanan yang mempermudah pelanggan	23	12	66%
Empati (Empathy)	1	Memperhatikan penanganan khusus untuk pakaian tertentu atau preferensi dalam jenis deterjen dan parfum yang digunakan	26	9	74%
	2	Karyawan berkomunikasi dengan jelas dan sopan dengan pelanggan, mendengarkan keluhan dan memberikan informasi yang diperlukan dengan ramah	30	5	86%
	3	Pilihan metode pembayaran banyak dan fleksibel yang memudahkan pelanggan melakukan pembayaran	27	8	77%
Keandalan (Reliability)	1	Pesanan selalu selesai sesuai perjanjian dengan kualitas hasil yang konsisten	32	3	91%
	2	Memproses pesanan sesuai instruksi pelanggan	22	13	63%
	3	Ketepatan dalam pengiriman pesanan	29	6	83%
Daya Tanggap (Responsiveness)	1	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat	32	3	91%
	2	Karyawan memproses pesanan dengan tepat sesuai dengan bahan baju, warna baju, dan intruksi pencucian	31	4	89%
Jaminan (Assurance)	1	Karyawan memiliki pengalaman dan kompetensi di bidangnya.	31	4	89%
	2	Karyawan profesional, ramah, dan informatif kepada pelanggan.	30	5	86%
	3	Karyawan memiliki skill yang terlatih agar menjamin bahwa hasil bersih, rapi, dan wangi	33	2	94%

Dari persentase berikut, hasil kualitas pelayanan QU Laundry berdasarkan kriterianya yakni:

Sangat Baik (90% – 100%):

1. Hasil laundry bersih dan wangi dilengkapi packing yang aman dan rapih (bukti fisik).
2. Karyawan memiliki skill yang terlatih agar menjamin bahwa hasil bersih, rapi, dan wangi (jaminan).
3. kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat (dayatanggap).

Baik (80% - 90%):

1. Karyawan memproses pesanan dengan tepat sesuai dengan bahan baju, warna baju, dan intruksi pencucian (daya tanggap).
2. Karyawan memiliki pengalaman dan kompetensi di bidangnya (jaminan).Karyawan profesional, ramah, dan informatif kepada pelanggan (jaminan).
3. Karyawan berkomunikasi dengan jelas dan sopan dengan pelanggan, mendengarkan keluhan dan memberikan informasi yang diperlukan dengan ramah (empati)
4. Ketepatan dalam pengiriman pesanan (keandalan).

Cukup Baik (70% - 80%):

1. Pilihan metode pembayaran banyak dan fleksibel yang memudahkan pelanggan melakukan pembayaran (empati).
2. Memperhatikan penanganan khusus untuk pakaian tertentu atau preferensi dalam jenis deterjen dan parfum yang digunakan (empati).

Kurang Baik (50% - 70%):

1. Penataan perlengkapan dan peralatan laundry bersih namun tidak rapih sehingga pelanggan merasa tidak nyaman (bukti fisik).
2. Memproses pesanan sesuai instruksi pelanggan (keandalan).
3. Terdapat nota elektronik dan pengingat saat pesanan selesai melalui online sebagai pelayanan yang mempermudah pelanggan (bukti fisik).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan pada UMKM Binatu (Studi Kasus Pada QU Laundry Cimanggis) meliputi analisis kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa standar kualitas pelayanan yang unggul yakni hasil laundry bersih dan wangi dilengkapi packing yang aman dan rapih (bukti fisik) yang mendapatkan skor 100%. Hal ini bisa terjadi karena karyawan memiliki skill yang terlatih yang juga dapat dibuktikan dengan skor 94%. Dengan begitu maka kualitas pelayanan yang dimiliki QU Laundry dapat menjamin bahwa hasil pesanan bersih, rapi, wangi, dan aman, serta proses yang cepat dan tepat. Untuk indikator yang kurang baik dapat dilihat dengan skor terendah yakni pada penataan perlengkapan dan peralatan QU Laundry yang dinilai tidak rapi sehingga kurang membuat nyaman pelanggan. Selain itu beberapa permintaan khusus belum dikerjakan sesuai intruksi pelanggan.

SARAN

Saran yang dapat diberikan bagi keberlanjutan dan peningkatan kualitas pelayanan QU Laundry sesuai dengan analisis menurut lima dimensi kualitas pelayanan yang telah dilakukan yakni sebagai berikut:

1. Bukti fisik (tangibles): tata letak di dalam toko perlu diperbaiki agar terlihat rapi dan bersih sehingga pelanggan merasa nyaman, mempertahankan packaging yang bagus dan aman, serta mengirimkan nota elektronik dan pengingat saat pesanan sdh selesai kepada seluruh pelanggan QU Laundry.
2. Empati (Emphaty): memperhatikan pesanan yang terdapat intruksi penanganan khusus atau preferensi deterjen dan sebagainya, menyediakan jenis pembayaran yang banyak digunakan atau diminta pelanggan agar mempermudah pelanggan melakukan pembayaran.
3. Keandalan (Reability): karyawan perlu memperhatikan permintaan atas preferensi tertentu dari pelanggan, ketepatan waktu dalam pengiriman pesanan harus dipertahankan dan ditingkatkan.
4. Daya tanggap (responsiveness): peningkatan komitmen untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan waktu yang cepat dan proses pengerjaan pesanan yang tepat.
5. Jaminan (Assurance): Fokus untuk mempertahankan dan meningkatkan attitude, knowledge, juga skill karyawan dengan pelatihan agar kualitas pelayanan dapat ikut meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferrell, O., & Hartline, M. (2011). *Marketing Strategy*. Cengage Learning.
- Hariadi, B. (2005). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Banyumedia Publishing.
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. 3-6.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2001). *Principles of Marketing (Nineteenth Edition)*. Pearson.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP). 2-3.



- Safira. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Greentea . *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen Budi Luhur*.
- Sina. (2011). Implementasi Model Pembelajaran Role Playing Berbasis Analisis SWOT Pada Materi Peluang. *Cakrawala*.
- Sodikin, & Gumiandari, S. (2022). ANALISIS SWOT MUTU EVALUASI PEMBELAJARAN. 60.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.