

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN PADA JASA LAUNDRY ADIBA LAUNDRY MARTAPURA

Abdi Ramadhani<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, M. Harlie<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM16310792

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK

E-mail : nainah1997@gmail.com

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan saat ini dan yang seharusnya yang diberikan dalam upaya meningkatkan pelayanan pada jasa laundry "Adiba Laundry" Martapura.

Adiba Laundry telah berdiri ±4 Tahun di Skumpul Martapura. Dengan adanya pertumbuhan bisnis laundry maka mengharuskan Adiba Laundry untuk siap menghadapi persaingan yang akan terjadi. Maka dengan itu Adiba Laundry harus mampu memberikan pelayanan jasa yang maksimal dan lebih baik lagi untuk menciptakan kepuasan pada para pelanggan jasa laundry.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan pelayanan yang diberikan oleh Adiba Laundry maka metode yang digunakan adalah analisis importace dan performance matrik atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kualitas pelayanan Adiba Laundry adalah sebesar 1374 dan tingkat kepuasan pelanggan Adiba Laundry adalah sebesar 1408 yang berarti bahwa Adiba Laundry mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan sebesar 97,58%. Dan masih terdapat pelayanan lainnya yang perlu dilakukan peningkatan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan jasa Laundry Adiba Laundry secara maksimal.

Adapun kata kunci pada skripsi kali ini adalah : analisis, kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan pelayanan.

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to find out how the quality of services provided at this time and that should be provided in an effort to improve services in the laundry service "Adiba Laundry" Martapura.*

*Adiba Laundry has been established ± 4 years in Sekumpul Martapura. With the growth of the laundry business, it requires Adiba Laundry to be ready to face the competition that will occur. So with that Adiba Laundry must be able to provide maximum and better services to create satisfaction for customers of laundry services.*

*To measure customer satisfaction in an effort to improve service provided by Adiba Laundry, the method used is the importace analysis and performance matrix or analysis of the level of importance and performance or customer satisfaction.*

*Based on the results of the study note that the level of service quality of Adiba Laundry is 1374 and the level of customer satisfaction Adiba Laundry is 1408 which means that Adiba Laundry is able to provide maximum service to customers by 97.58%. And there are still other services that need to be improved to be able to provide maximum satisfaction to customers of Adiba Laundry services.*

*The keywords in this thesis are: analysis, customer satisfaction in an effort to improve service.*

## P

### ENDAHULUAN

Perkembangan bisnis laundry di daerah martapura mengalami peningkatan yang signifikan, dilihat dari banyak usaha laundry kiloan yang dijumpai. Untuk dapat menciptakan kemampuan bersaing dengan para kompetitor yang ada, sebaiknya

pengusaha harus dapat menawarkan atau memberikan sesuatu hal yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

Adiba laundry senantiasa selalu ingin memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggannya. Adapun kualitas pelayanan yang dijanjikan adalah adanya jasa delivery

(gratis antar jemput untuk di daerah sekitar) untuk memudahkan pelanggan mengantarkan cucian. Melalui sistem ini pelanggan cukup dengan mengirimkan pesan singkat atau menelpon nomor yang telah ditentukan oleh pengusaha.

Selain jasa delivery, Adiba laundry memberikan garansi untuk cucian yang hilang, cucian tidak dicampur dengan orang lain (satu mesin satu pelanggan), kontrol terhadap kepemilikan baju yang baik, sehingga meminimalisir baju yang hilang.

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas yang utama, disamping untuk mempertahankan pelanggan tetap juga untuk menarik pelanggan yang baru. Karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu motto dari pada usaha tersebut. Setiap hari pengusaha laundry juga berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepuasan pelanggan – pelanggannya. Menurut pengusaha dengan dipertahkannya pelanggan yang loyal dapat menambah usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif terhadap pengusaha. Tujuan dari sebuah bisnis pada dasarnya adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat

memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis.

Menyadari akan berbagai hal diatas maka dalam persaingan serta untuk menjadi yang terbaik dalam memberikan kualitas pelayanan tinggi dari adiba laundry untuk kepuasan pelanggan. Maka masalah tersebut harus dipecahkan agar usaha dapat berkembang dan mencapai tujuannya yaitu memperluas pasar.

Adanya permasalahan ini penulis tertarik untuk memilih Adiba laundry sebagai objek penelitian. Hal ini bertujuan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis.

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan yang ingin di capai dan objek yang akan diteliti, maka jenis dari penelitian ini adalah analisis deskriptif. Menurut Sukmadinata (2007:54) Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena – fenomena yang ada dan berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau

## HASIL PENELITIAN

### 1. Kehandalan (reliability)

Dalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat harapan dan penilaian responden terhadap aspek (reliability) atau kehandalan dari pelayanan Adiba Laundry Martapura. Dari 30 responden yang berhasil di jaring, telah di peroleh tingkat harapan dan penilaian kinerja terhadap aspek “reliability” sebagaimana dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel Tingkat Harapan Dan Penilaian Konsumen Terhadap Aspek Kehandalan

NO	Kehandalan (realibility)	Skor	
		Kualitas pelayanan	Kepuasanpelanggan
1	Keakuratan informasi yang diberikan	113	115
2	Kesesuaian tindak lanjut dengan janji yang ditawarkan	120	112
	Jumlah	233	227

Sumber : Data Primer 2020

### 2. Daya tangkap (responsiveness)

Daya tangkap pelayanan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen juga merupakan hal yang penting. Untuk melihat hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel Tingkat Harapan Dan Penilaian Responden Terhadap Aspek Daya Tangkap

NO	Daya tangkap (responsiveness)	Skor	
		Kualitas pelayanan	Kepuasan pelanggan
1	Kesiapan karyawan dalam melayani	125	134
2	Kemampuan penanganan keluhan pelanggan	105	122
	Jumlah	230	256

Sumber : Data Primer 2020

3. Jaminan (assurance)

Memberikan jaminan yang baik terhadap konsumen juga sangat penting. Berikut ini memperlihatkan kemampuan aspek jaminan (assurance).

Tabel Tingkat Harapan Dan Penilaian Konsumen Terhadap Aspek Jaminan

NO	Jaminan (assurance)	Skor	
		Kualitas pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	Keramahan, perhatian, kesopanan karyawan	131	124
2	Kemudahan dan kecepatan pelayanan	114	122
	Jumlah	245	246

Sumber : Data Primer 2020

4. Empati (emphaty)

Empati atau kemampuan untuk merasakan apa yang di rasakan oleh konsumen merupakan hal yang penting bagi setiap pelayanan jasa laundry. Demikian pula dengan Adiba Laundry Martapura. Untuk mengetahui hal ini dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4 Tingkat Harapan Dan Penilaian Konsumen Terhadap Aspek Empati

NO	Empati (Emphaty)	Skor	
		Kualitas pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	Perhatian terhadap informasi yang disampaikan pelanggan	112	112
2	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan	109	131
	Jumlah	221	243

: Data Primer 2020

5. Bukti langsung pelayanan (tangibles)

Aspek (tangibles) atau bukti langsung dari pelayanan Adiba Laundry Martapura. Telah di peroleh tingkat harapan dan penilaian kinerja terhadap aspek “tangibles” sebagaimana dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel Tingkat Harapan Dan Penilaian Konsumen Terhadap Aspek Bukti Langsung

NO	Bukti langsung (tangibles)	Skor	
		Kualitas pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	Kerapian, kebersihan dan kenyamanan ruangan	112	134
2	Tempat parkir yang aman dan luas	101	77
3	Kebersihan dan kerapian pakaian karyawan	113	109
4	Daftar menu jasa yang mudah dibaca	119	116
	Jumlah	445	436

Sumber : Data Primer 2020

## PEMBAHASAN

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen atau responden terhadap pelayanan Adiba Laundry Martapura. Sesuai teknik analisa data yang digunakan, maka untuk mengetahui tingkat kepuasan dilakukan perbandingan atau kesesuaian antara tingkat kinerja pelayanan (yang dilambangkan dengan X) dengan tingkat harapan (yang dilambangkan dengan Y). Hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$T_{ki} = \frac{\sum xi}{\sum yi} \cdot 100\%$$

Tabel Perhitungan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Dari Jasa Laundry Pada Adiba Laundry Martapura

NO	ASPEK PELAYANAN	Skor		Tingkat kesesuaian
		Kualitas pelayanan X	Kepuasan pelanggan Y	
1	Kehandalan (reliability)	233	277	84,11
2	Daya tanggap (responsiveness)	230	256	89,84
3	Jaminan (assurance)	245	246	99,59
4	Empati (emphaty)	221	243	90,94
5	Bukti langsung (tangibles)	445	436	102,06
	<b>Jumlah</b>	<b>1374</b>	<b>1408</b>	<b>97,58</b>

Pada data-data di atas diketahui tingkat kepuasan pelanggan masih di bawah dari tingkat kualitas pelayanan atau dengan kata lain tingkat kepuasan pelanggan pada aspek pelayanan kehandalan (reliability) skor hanya 233 dari kualitas pelayanan skor sebesar 277 masih belum mencapai skitar 44, yang bisa di lihat dari tingkat kesesuaian yaitu 84,11%. Aspek pelayanan daya tanggap (responsiveness) skor hanya 230 dari kepuasan pelanggan skor sebesar 256 masih belum mencapai skor sekitar 26, yang bisa di lihat dari tingkat kesesuaian yaitu 89,84%. Aspek pelayanan jaminan (assurance) skor hanya 245 dari kepuasan pelanggan skor sebesar 246 masih belum mencapai skor 1, yang bisa di lihat dari tingkat kesesuaian yaitu 99,59%. Aspek pelayanan empati (emphaty) skor hanya 221 dari kepuasan pelanggan skor sebesar 243 masih belum mencapai skor sekitar 22, yang bisa dilihat dari tingkat kesesuaian yaitu 90,94%. Aspek pelayanan bukti langsung (tangibles) skor 445 dari harapan (kepuasan pelanggan), skor dari kualitas pelayanan sebesar 436 melebihi pencapaian skor sekitar 9, yang mana bisa dilihat dari tingkat kesesuaian yaitu 102,06%. Jadi jumlah tingkat kualitas pelayanan dari ke lima aspek pelayanan tersebut skor tersebut 1374 dan jumlah tingkat kepuasan pelanggannya skor sebesar 1408, maka jumlah tingkat kesesuaian yaitu 97,58%. Berikut dapat dilihat pada table tingkat kesesuaian kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan :

Tabel Tingkat Kesesuaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan

Tingkat kesesuaian	Kisaran Kesesuaian
Sangat sesuai	80-100%
Sesuai	70-79%
Cukup Sesuai	60-69%
Kurang Sesuai	50-59%
Tidak sesuai	40-49%

Sumber : Jumlah Hasil Penelitian Umberto Sihombing, 2006

Selanjutnya dari 12 indikator kualitas pelayanan terdapat 6 indikator kualitas pelayanan yang berada sesuai harapan, yaitu sebagai berikut :

1. Kesesuaian tindak lanjut dengan janji yang ditawarkan (Kehandalan / reliability) = 93,33%.
2. Keramahan, perhatian, kesopanan karyawan (jaminan / Assurance) = 94,65 %.
3. Perhatian terhadap informasi yang disampaikan pelanggan (Empati / Emphaty) = 100%.
4. Tempat parkir yang aman dan luas (bukti langsung / Tangibles) = 76,23%.
5. Kebersihan dan erapian pakaian karyawan (bukti langsung / Tangibles) = 96,46%.
6. Daftar menu yang mudah dibaca (bukti langsung / Tangibles) = 97,47%.

Sedangkan 6 aspek pelayanan lainnya yang di tampilkan oleh Adiba Laundry belum memenuhi harapan konsumennya. Ini tentunya memerlukan koreksi dan evaluasi serta peningkatan agar pelayanan yang diberikan lebih memuaskan.

Berdasarkan data yang di peroleh, maka dapat diketahui rata-rata skor penilaian kinerja dan rata-rata skor harapan reponden terhadap pelayanan Adiba Laundry Martapura sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel Perhitungan Rata-Rata Skor Penilaian Kualitas Pelayanan Dan Rata-Rata Skor Kepuasan Pelanggan

NO	Aspek pelayanan	Skor		Tingkat kepuasan	
		Kualitas pelayanan	Kepuasan pelanggan	X	Y
<b>A</b>	<b>Kehandalan (reliability)</b>				
1	Keakuratan informasi yang diberikan	113	115	3,77	3,83
2	Kesesuaian tindak lanjut dengan janji yang ditawarkan	120	112	4,00	3,73
<b>B</b>	<b>Daya tangkap (responsiveness)</b>				
3	Kesiapan karyawan dalam melayani	125	134	4,17	4,47
4	Kemampuan penanganan keluhan pelanggan	105	122	3,50	4,07
<b>C</b>	<b>Jaminan (assurance)</b>				
5	Keramahan, perhatian, kesopanan karyawan	131	124	4,37	4,13
6	Kemudahan dan kecepatan pelayanan	114	122	3,80	4,07
<b>D</b>	<b>Empati (emphaty)</b>				
7	Perhatian terhadap informasi yang disampaikan pelanggan	112	112	3,73	3,73
8	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan	109	131	3,63	4,37
<b>E</b>	<b>Bukti langsung (tangibles)</b>				
9	Kerapian, kebersihan dan kenyamanan ruangan	112	134	3,73	4,47
10	Tempat parkir yang aman dan luas	101	77	3,37	2,57
11	Kebersihan dan kerapian pakaian karyawan	113	109	3,77	3,63
12	Daftar menu jasa yang mudah dibaca	119	116	3,97	3,87
	Jumlah	1374	1408	45,81	46,94
	Rata – Rata (X dan Y)			3,81	3,91

Dilihat dari 5 data aspek pelayanan tersebut maka dapat diketahui pula aspek pelayanan Kehandalan (reliability) jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan) sebesar 7,77 dan jumlah tingkat kepuasan Y (kepuasan pelanggan) sebesar 7,56. Aspek pelayanan daya tangkap (responsivenees) jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan) sebesar 7,67 dan tingkat kepuasan Y (kepuasan pelanggan) sebesar 8,54. Aspek pelayanan jaminan (assurance)

jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan) sebesar 7,67 dan jumlah tingkat kepuasan Y (kepuasan pelanggan) sebesar 8,20. Aspek pelayanan empati (empathy) jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan) sebesar 7,36 dan jumlah tingkat kepuasan Y (kepuasan pelanggan) sebesar 8,10. Aspek pelayanan bukti langsung (tangibles) jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan) sebesar 14,84 dan jumlah tingkatkepuasan Y (kepuasan pelanggan) sebesar 14,54. Jadi jumlah tingkat kepuasan X (kualitas pelayanan)

## PENUTUP

Penelitian ini ada 4 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan “Adiba Laundry” Martapura yaitu sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang perlu mendapatkan penanganan dengan prioritas utama agar sesuai dengan harapan konsumen adalah :
  - 1) Keakuratan informasi yang diberikan
  - 2) Kesiapan karyawan dalam melayani
  - 3) Kemampuan penanganan keluhan pelanggan
  - 4) Kemudahan dan kecepatan pelayanan
  - 5) Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan pelanggan
  - 6) Kerapian, kebersihan dan kenyamanan ruangan
2. Faktor-faktor yang perlu dipertahankan kualitas pelayanan oleh “Adiba Laundry” karena sudah sesuai dengan harapan konsumen adalah :
  - 1) Kesesuaian tindak lanjut dengan janji yang ditawarkan
  - 2) Keramahan, perhatian, kesopanan karyawan
  - 3) Perhatian terhadap informasi yang disampaikan pelanggan
  - 4) Tempat parkir yang aman dan luas
  - 5) Kebersihan dan kerapian pakaian karyawan
  - 6) Daftar menu jasa yang mudah dibaca
1. Faktor- faktor yang dinilai kurang oleh konsumen, tetapi telah dilakukan cukup baik oleh “Adiba Laundry“ adalah :
  - 1) Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan ruangan
  2. Faktor-faktor yang dinilai sangat kurang dalam kualitas pelayanan terhadap “Adiba Laundry” tidak terdapat.

Arsyad, Aisyah T. 2008 Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan “XY”. kripsi pada Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Dharmesta, Basu Swastha dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. Yogyakarta : Liberty.

K, Anggri Valentina (2011) Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express Di PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta. Other thesis, Universitas Sebelas Maret.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Lamb, C. H, J. F. dan Mc Daniel C. 2007. Pemasaran I. (Jilid I, Edisi Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.

Nasution. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Prasetya, Adys Dwi. 2011. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Laundry Laurent”. Fakultas Ekonomi manajemen. Universitas Gunadarma, Depok.

Soelasih, Y. 2004. Analisis Kepuasan konsumen Terhadap kualitas pelayanan hotel X di Jakarta, Yogyakarta.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Rineka Cipta : Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Jakarta: Gramedia Cawang.

Umar, H. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yamit, Zulian. 2003. Manajemen Produksi dan Operasi. Cetakan Kedua. Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA