

### The Service Quality Of Cahaya Terang Laundry Business At 53 Cempaka Street, Kebun Beler, Bengkulu City

## Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Cahaya Terang Di Jalan Cempaka No 53 Kebun Beler Kota Bengkulu

Nirmalawati <sup>1)</sup>; Karona Cahya Susena <sup>2)</sup>; Yudi Irawan Abi <sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [nirmalawati452@gmail.com](mailto:nirmalawati452@gmail.com) ;<sup>2)</sup> [karona.cs@unived.ac.id](mailto:karona.cs@unived.ac.id) ;<sup>3)</sup> [yudiirawanabi@unived.ac.id](mailto:yudiirawanabi@unived.ac.id)

#### How to Cite :

Nirmalawati, N. Susena, C. K., Abi, I.Y. (2024). Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Cahaya Terang Di Jalan Cempaka No 53 Kebun Beler Kota Bengkulu. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 1(1). DOI: <https://doi.org/10.37676/ema>

#### ARTICLE HISTORY

Received [05 Mei 2024]

Revised [07 Juni 2024]

Accepted [14 Juni 2024]

#### KEYWORDS

Service Quality, Laundry Business,  
Bengkulu City

This is an open access article under  
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak ada hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memberi kepuasan dan kebahagiaan kepada pelanggan. Perusahaan sebagai individu dalam suatu sistem memfokuskan kegiatan kepada pelanggan sebagai konsumen jasa, agar dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan dalam memberikan atau menyediakan jasa maupun produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Dilain pihak, perusahaan sebagai suatu sistem juga harus membahagiakan pelanggan internal, dalam hal ini adalah karyawan (produsen jasa). Tujuannya agar dapat menghasilkan layanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan eksternal. Dari lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk melihat kualitas pelayanan jasa pada laundry cahaya terang Tangibel (Berwujud), Reliability (Kehandalan), Responsiviness (Ketanggapan), Assurance (Jaminan), dan Empathy (Empati) dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan jasa yang ada di laundry cahaya terang sangat baik. Ini bisa dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada para informan. Dan laundry Cahaya terang selalu meningkatkan kualitas guna menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi para pelanggan dan pemberi pelayanan secara terus-menerus.

#### ABSTRACT

Service quality is paramount in the service industry providing the best service quality is a profitable strategy for attracting more new customers, retaining existing ones, avoiding customer churn, and creating unique advantages beyond competing solely on price. When the service received or perceived aligns with customer expectations, it leads to favorable perceptions of service quality and satisfaction. The success of a company is heavily influenced by how it satisfies and delights its customers. As an entity within a system, a company focuses its activities on customers as service consumers to operate more effectively and efficiently in delivering or providing high-quality services or products as per customer expectations. On the other hand, a company as a system also needs to ensure the happiness of its internal customers, in this case, the employees (service producers). This is aimed at producing services that meet the expectations of external customers. From the five dimensions of service quality used to assess service quality at "Cahaya Terang" laundry, namely Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy, it can be concluded that the service quality at "Cahaya Terang" laundry is excellent. This can be seen from the results of interviews conducted by researchers with the informants. "Cahaya Terang" laundry continually improves its quality to create mutually beneficial relationships for both customers and service providers continuously.

## PENDAHULUAN

Saat ini perusahaan jasa berada pada lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi. Perusahaan yang mempunyai kualitas yang baik akan merubah perilaku Konsumen Sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen karena perusahaan yang memberikan produk atau jasa berkualitas dan bermutu, serta dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pesaingnya, sehingga perusahaan baru yang baru ingin masuk ke lingkungan pasar harus mendalami lagi 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 Mc Dougall 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. (Nurcholis, 2007: 182) bahwa pendapatan yang diperoleh dari berbagai penerimaan daerah yang meliputi penerimaan pajak daerah, redistribusi daerah, laba perusahaan daerah, dan lain-lain.

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak ada hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut memberi kepuasan dan kebahagiaan kepada pelanggan. Perusahaan sebagai individu dalam suatu system memfokuskan kegiatan kepada pelanggan sebagai konsumen jasa, agar dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan dalam memberikan atau menyediakan jasa maupun produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Dilain pihak, perusahaan sebagai suatu sistem juga harus membahagiakan pelanggan internal, dalam hal ini adalah karyawan (produsen jasa). Tujuannya agar dapat menghasilkan layanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan eksternal.

Usaha di bidang jasa pada saat ini berkembang dengan sangat pesat terutama jasa laundry dan perawatan, karena para pelaku bisnis dibidang jasa ini melihat bahwa pangsa pasar pada sector jasa akan bertahan lebih lama jika dibandingkan dengan industri manufaktur. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam bisnis sejenis, pelanggan mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan jasa laundry dan perawatan tersebut. Hal tersebut menciptakan iklim persaingan yang semakin ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis diharuskan untuk memiliki keunggulan dalam bersaing selain hal tersebut, perusahaan yang bergerak di bidang jasa laundry dan perawatan harus dapat menjalankan konsep pemasaran yang tepat, salah satunya adalah memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan, karena kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang dapat membentuk kesetiaan atau loyalitas pelanggan.

Fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin lengkap fasilitas yang disediakan dan didukung oleh desain yang menarik maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut, karena jika fasilitas yang diberikan lengkap dan menarik maka permintaan akan jasa juga akan meningkat yang berarti akan mempengaruhi konsumen dalam memilih perusahaan jasa yang ditawarkan sebagai tempat membeli/menggunakan jasa dan dengan sendirinya akan tertanam dibenak pelanggan akan kualitas jasa pada perusahaan tersebut. Menurut Drajat (2009) Fasilitas adalah segala sesuatu yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja yang disediakan oleh pihak perusahaan untuk digunakan, dimanfaatkan ataupun dinikmati oleh konsumen di tempat penjualan jasa.

Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga mau tidak mau masyarakat dituntut untuk lebih efisien dalam memanfaatkan waktu ataupun jam kerjanya. Situasi dan kondisi kesibukan masyarakat kota Bengkulu yang terus meningkat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup menyebabkan mereka tidak sempat lagi menyelesaikan pekerjaan domestik terutama mencuci dan menyetrika pakaian, sebagian masyarakat beranggapan bahwa mencuci dan menyetrika banyak memakan waktu, dengan pertimbangan opportunity cost maka mereka menggunakan jasa laundry. Hal inilah memberika peluang jasa laundry untuk berkembang. Aspek lain yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan jasa laundry ini adalah kondisi air sebagian kota Bengkulu memiliki bau yang tidak sedap dan berwarna sehingga dapat merusak pakaian atau kain yang dicuci pada air tersebut.

Hal ini menyebabkan masyarakat cenderung memilih jasa laundry daripada menyewa pekerja lepas untuk mencuci dan menyetrika pakaian mereka, karena dengan menggunakan jasa laundry hasil yang diperoleh lebih baik dan bila dilihat dari segi biaya yang dikeluarkan perbedaannya sangat sedikit. Apalagi saat ini beberapa laundry melengkapi fasilitasnya dengan fasilitas antar jemput, pihak laundry cahaya terang akan menjemput pakaian kotor yang akan dicuci dan mengantarkan kembali pakaian yang sudah selesai dikerjakan ke alamat konsumen.

## LANDASAN TEORI

Landasan teori yang relevan untuk memahami kualitas pelayanan jasa pada usaha Laundry Cahaya Terang di Jalan Cempaka No 53, Kebun Beler, Kota Bengkulu, bisa mencakup beberapa konsep seperti:

1. Model ServQual: Konsep ini menggambarkan lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Analisis menggunakan model ini dapat membantu dalam mengevaluasi bagaimana pelanggan mengalami dan menilai kualitas layanan di Laundry Cahaya Terang.
2. Teori Kepuasan Pelanggan: Teori ini menyoroti hubungan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan. Mengidentifikasi sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi oleh pelayanan yang diberikan oleh Laundry Cahaya Terang dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Teori Pengalaman Pelanggan: Fokus pada bagaimana pelanggan merasakan, berinteraksi, dan membentuk persepsi mereka terhadap layanan. Memahami pengalaman pelanggan di Laundry Cahaya Terang dapat membantu dalam merancang pengalaman yang lebih baik dan memuaskan.
4. Teori Manajemen Operasi: Melibatkan strategi dan praktik yang digunakan untuk mengelola operasi bisnis dengan efisien. Dalam konteks Laundry Cahaya Terang, teori ini bisa digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan.

## METODE PENELITIAN

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 Laundry Cahaya Terang Di Jalan Cempaka No 53 Kebun Beler Kota Bengkulu.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Sumber data utama dalam "Penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain". 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 laundry cahaya terang dilihat dari dimensi Tangibles(bukti fisik),Reliability(Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (jaminan) dan Emphaty (Empati)Palangka Raya, 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.

Tahap-Tahap Penelitian ; Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Tahap Pendahuluan  
Sebelum penulis melakukan penelitian mendatangi lokasi penelitian, penulis terjun langsung ke lapangan yaitu di Jasa Laundry Cahaya terang agar lebih mudah untuk melakukan penelitian. Setelah itu menyusun penelitian, sebelum ini di buat terlebih dahulu melakukan studi pendahuluan ke lokasi penelitian, dan merumuskan permasalahan yang ada.
2. Tahap Pelaksanaan penelitian  
Pengumpulan data pada tahap ini yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data.
3. Tahap Akhir Penelitian adalah analisis data yaitu :  
Menyajikan data dalam bentuk deskripsi, menganalisa data sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada beberapa tawaran pelayanan jasa laundry yang di tawarkan oleh laundry cahaya terang yaitu:

**Tabel 1 Data Jasa Layanan Laundry**

No	Jenis Layanan Laundry
1	Pakaian
2	Groden
3	Sepatu
4	Sprei

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

**Tabel 2 Tenaga Kerja**

No	Nama	Jumlah
1	Pemilik(karyawan)	2
2	karyawan	-

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

**Tabel 3 Data Peralatan**

No	Nama	Jumlah
1	Mesin Cuci Kapasitas 12 kg	1
2	setrika	1
3	Timbangan	1
4	Keranjang	1
5	parfum laundry	5(liter)
6	Hanger baju	20(lusin)
7	Plastik laundry	2(permasing-masing ukuran)
8	lakban	5

Sumber Data: Laundry Cahaya Terang 2024

Setelah peneliti melakukan penelitian di Laundry Cahaya Terang jalan Cempaka No 53 Kebun Beler dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, dapat dipaparkan hasil penelitian sebagai berikut: Bagaimanakah kualitas layanan jasa laundry cahaya terang jalan Cempaka No 53 Kebun Beler? 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:

- 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 Vera selaku pemilik dari usaha Laundry Cahaya Terang yang dilakukan pada hari Jum'at, 31 Mei 2024. Peneliti menanyakan masalah ketepatan waktu (akurat dan terpercaya) dalam hal mengerjakan cucian. Berdasarkan hasil wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas jasa pelayanan yang diberikan Laundry Cahaya Terang 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 laundry Cahaya Terang, sehingga bisa tepat waktu memberikan layanan kepada pelanggan yang menggunakan jasa usaha laundry Cahaya Terang.
- 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 Vera selaku pemilik usaha jasa Laundry Cahaya Terang mengenai pelayanan yang cepat/respon kepada pelanggan, Berdasarkan hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas jasa pelayanan yang diberikan Laundry Cahaya Terang 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 Laundry Cahaya Terang, dan pelanggan merasa dilayani.
- Jaminan (assurance), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai

perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- 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.

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). Dalam hal bukti fisik seperti peralatan yang digunakan oleh laundry cahaya terang sangat memadai, ini sudah terlihat bagaimana laundry cahaya terang melayani para pelanggannya dengan baik. Dan peneliti melakukan wawancara bagaimana dengan fasilitas peralatan yang ada di laundry cahaya terang, seperti hasil wawancara peneliti yang dilakukan pada hari Jumat 31 Mei 2024 dengan Ibu Vera selaku pemilik usaha jasa laundry. Dari hasil wawancara di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi tangible yang dimiliki oleh jasa laundry cahaya terang 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 Jasa layanan laundry cahaya terang yang beralamat di jalan cempaka no 53 kebun beler, sudah melaksanakan reliability (keandalan) yaitu kemampuan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya dan akurat kepada para pelanggan yang datang ke laundry cahaya terang. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan. Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Hal ini berarti tingkat kehandalan di mata pelanggan, meliputi kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, yang meliputi catatan transaksi yang lengkap, kredibilitas/bonafiditas/citra perusahaan dan daya tarik keunggulan kualitas pelayanan. Dan semua ini dilakukan agar kualitas pelayanan kepada para pelanggan laundry cahaya terang dapat dipertahankan dan selalu dipercaya oleh pelanggan yang menggunakan jasa laundry.
2. Responsiveness Bagaimana memberikan layanan yang cepat dan menangani masalah atau komplain dengan baik. Sebuah istilah lain yang sering kita dengar adalah tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Sebagaimana sifat manusia yang pada umumnya senang apabila diperhatikan, dilayani dengan cepat dan dibantu pada saat mengalami masalah. Keluhan atau complain yang dilakukan oleh para pelanggan kami yang menggunakan jasa laundry cahaya terang cepat kami tanggapin dan di atasi, jasa layanan laundry cahaya terang sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan dan jasa laundry cahaya terang. Sehingga apabila dalam keadaan tertentu menghadapi ketidaknyamanan maka akan dengan cepat bereaksi karena merasa tidak puas. Jadi responsiveness atau tanggap terhadap kebutuhan pelanggan adalah faktor yang sangat penting dalam melayani pelanggan.
3. Assurance (Jaminan) Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.
4. Emphaty (empati/perhatian) Jasa laundry cahaya terang telah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan. Laundry cahaya terang yang beralamat di jalan cempaka no 53 kebun beler memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian (empathy) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.
5. Tangibles Jasa laundry cahaya terang 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 DAN SARAN

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi, perusahaan jasa memiliki tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi perilaku konsumen dan kepuasan mereka. Saran untuk perusahaan jasa adalah untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengan memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen, baik dari segi kualitas inti maupun kualitas perifer. Penting untuk memastikan ketepatan waktu, keramahan, dan akurasi informasi yang disampaikan kepada konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu memberikan jaminan atas kualitas pelayanan yang mereka berikan dan menunjukkan empati terhadap kebutuhan individual konsumen. Perusahaan juga perlu memperhatikan fasilitas yang mereka tawarkan, karena fasilitas yang lengkap dan menarik dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa perusahaan. Kemudian, penting juga untuk terus memperbarui dan meningkatkan teknologi serta perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan.

Dalam konteks jasa laundry dan perawatan, perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta memberikan pelayanan yang cepat, handal, dan berkualitas. Pemahaman akan kebutuhan masyarakat serta komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik akan membantu perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan seperti kondisi air yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa laundry. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, perusahaan dapat membangun citra positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan membantu mereka bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2008). Service Blueprinting A Practical Technique for Service Innovation. *California Management Review*, 50(3), 66–94.
- Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing Customer Management in Service Competition*. John Wiley & Sons.
- Hasbullah, H., Susena, K. C., & Nasution, S. (2021). The Influence of Service Quality and Customer Trust on Customer Satisfaction at Bank Bengkulu Bintuhan Branch. *Jurnal Fokus Manajemen*, 1(2), 64–70.
- Irwansyah, D., Erliana, C. I., Sari, A. E., Hamdani, D., Susena, K. C., Irwanto, T., ... & Sudrajat, D. (2019, November). Efforts to Improve Service Quality with Fuzzy Approach and Service Quality Methods at Dunia Barusa Inc. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1363, No. 1, p. 012071). IOP Publishing
- Johnston, R., & Clark, G. (2008). *Service Operations Management Improving Service Delivery* (3rd ed.). Financial Times Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Marita Vrisilla Putri, Karona Cahya Susena, & Siti Hanila. (2020). The Relationship Of Service Quality With Customer Loyalty At Amaris Hotel Bengkulu City. *JURNAL EMAK*, 1(1), 20–27.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.