

STRATEGI KUALITAS *SERVICE* TERHADAP PELANGGAN UNTUK MEMPERTAHANKAN PELANGGAN LAMA DAN MENARIK PELANGGAN BARU

Simon Willy¹, Louis Utama² & Verawati³

¹Program Studi Sarjana Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: simon.125200227@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: louisu@fe.untar.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: verawati@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Laundry is a service business that is very useful among Indonesian people at this time. In the midst of a busy community, one of their mandatory activities is often neglected. Piled up clothes and piled up cloth will make us more stressed. Because clothes are one of the mandatory needs that we always use everyday. With this laundry service, we only send clothes and will be processed immediately by the laundry employees. Laundry is one of the services in the field of washing clothes by having the type of laundry that has been set at a price by the service provider and the length of time the laundry is usually determined by the provider with a minimum and maximum limit for the completion of the laundry ordered by the customer. The laundry as a business actor that provides laundry services, should provide the best service for laundry service users or consumers. But in reality laundry services still often make mistakes in the form of defects in clothes such as discoloration, faded colors, lost clothes, mixed up and the length of time it takes to wash clothes.

Keywords: Customer Service, Strategy

ABSTRAK

Laundry adalah salah satu usaha jasa yang sangat berguna di kalangan masyarakat Indonesia untuk saat ini. Di tengah-tengah kesibukan masyarakat yang padat, seringkali salah satu kegiatan wajib mereka terbengkalai begitu saja. Baju yang menumpuk dan kain yang menumpuk akan membuat kita semakin stress, karena baju adalah salah satu kebutuhan wajib yang selalu kita gunakan sehari-hari. Dengan adanya jasa laundry ini kita hanya perlu mengirim pakaian dan akan segera diproses oleh pihak karyawan laundry. Laundry merupakan salah satu pelayanan jasa di bidang cuci mencuci pakaian dengan memiliki jenis cucian yang telah ditetapkan harganya oleh pihak penyedia jasa dan waktu lama cucian biasanya ditentukan oleh penyedia dengan batas minimal dan maksimal selesainya cucian yang dipesan pelanggan. Pihak laundry sebagai pelaku usaha yang memberikan layanan jasa laundry, sudah seharusnya memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa laundry atau konsumen. Tetapi pada kenyataannya jasa laundry masih sering melakukan kesalahan berupa cacat pada pakaian seperti kelunturan, pudar pada warna pakaian, pakaian hilang, tertukar dan lamanya waktu pencucian baju.

Kata kunci: Layanan Pelanggan, Strategi

1. PENDAHULUAN

Laundry adalah salah satu bagian dalam pengelolaan jasa cuci-mencuci atas semua pakaian yang telah dititipkan untuk dibersihkan. Jasa laundry menjadi alternatif bagi sebagian orang yang memiliki aktivitas padat namun tidak sempat untuk mencuci pakaiannya sendiri. Di samping berbagai kesibukan yang padat serta waktu yang semakin sempit dalam beraktivitas, mencuci pakaian menjadi permasalahan sendiri bagi setiap orang. Banyak usaha laundry yang telah didirikan di berbagai tempat, tidak hanya di perkotaan namun juga di pedesaan. Hal ini disebabkan karena banyaknya orang di kota yang bekerja atau kuliah. Maka, tidak heran apabila di kota penduduknya semakin meningkat. Mayoritas penduduk di kota rata-rata adalah pekerja dan mahasiswa. Banyaknya aktivitas yang mereka lakukan membuat para pekerja dan mahasiswa di kota sebagian dari mereka tidak memiliki waktu luang dalam hal mencuci pakaiannya sendiri. Oleh karena itu untuk meringankan beban mereka, para pekerja dan mahasiswa di kota memanfaatkan jasa laundry.

Pada zaman dahulu masyarakat mencuci pakaian dengan menggunakan air dan memanfaatkan alam seperti sungai dalam mencuci pakaiannya. Langkah ini dilakukan di daerah pedesaan sampai saat ini. Akan tetapi, kebiasaan dari masyarakat ini mulai berkurang. Sejak abad ke-19 mencuci di sungai merupakan kebiasaan yang sudah ada, karena pada waktu itu belum adanya tempat yang menyediakan tempat untuk mencuci pakaian atau yang biasa dikenal saat ini dengan sebutan *laundry*. Bahkan, sabun untuk mencuci pakaian pada waktu itu juga belum ada. Sehingga, kegiatan mencuci pakaian dilakukan dengan cara menggosokkan batu pada pakaian kotor yang akan dicuci dan selanjutnya membilasnya dengan air sungai.

Seiring perubahan zaman, munculnya sebuah alat yang dilakukan dengan memanfaatkan aliran listrik, yaitu mesin cuci. Usaha *laundry* pertama kali dikerjakan dengan cara mencuci menggunakan tangan. Namun, setelah berkembangnya zaman menjadi modern pencucian dilakukan dengan menggunakan mesin. Tidak hanya di Indonesia, bahkan negara-negara lain ikut serta dalam mengembangkan usahanya dibidang jasa *laundry*, dengan menghasilkan berbagai alat dan mesin bertujuan untuk mempermudah dalam pemberian pelayanan terbaik kepada konsumennya.

Terdapat jenis usaha *laundry* yang umum ditemukan, diantaranya yaitu *laundry* kiloan dan *laundry* koin. Pada *laundry* kiloan pengguna mengantarkan pakaian kotor kemudian melakukan pembayaran sesuai berat pakaian yang dicuci dan menunggu beberapa hari hingga pakaian tersebut selesai dicuci. *Laundry* koin menerapkan sistem pencucian satu mesin satu pelanggan dengan menukarkan uang tunai dengan koin agar dapat melakukan pencucian.

Beberapa usaha *laundry* saat ini masih menggunakan sistem manual seperti pada proses pembayaran atau transaksi dan penimbangan pakaian *laundry*. Penggunaan sistem yang manual ini menimbulkan berbagai permasalahan seperti sulitnya mencari data-data pelanggan yang dicatat dalam sebuah buku, pembuatan laporan yang rumit karena harus dibuat dengan merekap data-data yang ada pada buku transaksi, proses transaksi yang lama karena transaksi harus dihitung secara manual, dan pegawai juga kesulitan dalam mencari data di tumpukan buku pada saat pelanggan akan mengambil *laundry*. Sistem dan prosedur seperti ini kurang efisien karena karyawan *laundry* harus menghitung dan mencatat pembayaran pelanggan secara manual dan memerlukan waktu serta ketelitian dalam pencatatannya.

Laundry merupakan salah satu pelayanan jasa di bidang cuci mencuci pakaian dengan memiliki jenis cucian yang telah ditetapkan harga oleh pihak penyedia jasa dan waktu lama cucian biasanya ditentukan oleh penyedia dengan batas minimal dan maksimal selesainya cucian yang dipesan pelanggan. . Usaha *laundry* adalah usaha yang bergerak di bidang jasa cuci dan setrika (Samosir, 2014). Pihak *laundry* sebagai pelaku usaha yang memberikan layanan jasa *laundry*, seharusnya memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa *laundry* atau konsumen. Tetapi pada kenyataannya jasa *laundry* sering melakukan kesalahan berupa cacat pada pakaian seperti kelunturan, pudar pada warna pakaian, pakaian hilang, tertukar dan lamanya waktu pencucian baju.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha jasa *laundry* ini merupakan usaha bersama kami mahasiswa/i yang mengikuti program MBKM Kewirausahaan. Kami sepakat membuat usaha *laundry* dan diberi nama Wesh Wash Laundry. Setelah melalui berbagai perencanaan dan persiapan yang matang, maka Wesh Wash Laundry telah melakukan *grand opening* pada tanggal 17 November 2022. Pemasaran yang dilakukan Weshwash laundry, menggunakan platform Instagram, dan membagikan brosur. Social

media marketing adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran (Tsitsi, 2013). Wesh Wash Laundry memiliki slogan “Laundry Express Harga Bersahabat”. Jasa *laundry* yang ditawarkan berupa mencuci, mengeringkan, dan menyetrika pakaian. Tidak hanya itu, di Weshwash Laundry juga memberikan jasa mencuci lainnya seperti *laundry* kiloan, satuan, dan *special treatment*. *Special treatment* adalah perlakuan khusus yang kami berikan kepada barang pelanggan yang tidak bisa dimasukkan ke dalam mesin dan perlu perhatian lebih dalam pengerjaannya. Weshwash Laundry menyediakan aplikasi yang bernama “Bilas Laundry”. Aplikasi ini digunakan pelanggan untuk mengetahui proses pengerjaan *laundry*, dimulai saat pelanggan sudah memberikan baju kotor untuk ditimbang, lalu nota pembayaran akan dikirimkan dari aplikasi bilas *laundry* ke nomor Whatsapp pelanggan. Di aplikasi ini juga pelanggan dapat memantau proses *laundry* yang di *update* oleh petugas. Aplikasi ini juga dapat membantu dalam proses jumlah omset yang di dapat setiap hari hingga setiap bulannya. Jam operasional Wesh Wash Laundry pada pukul 08.00-20.00. Alamat usaha terletak di Jl. Moh. Toha No. 43, Kelurahan Pasar Baru, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, Banten.

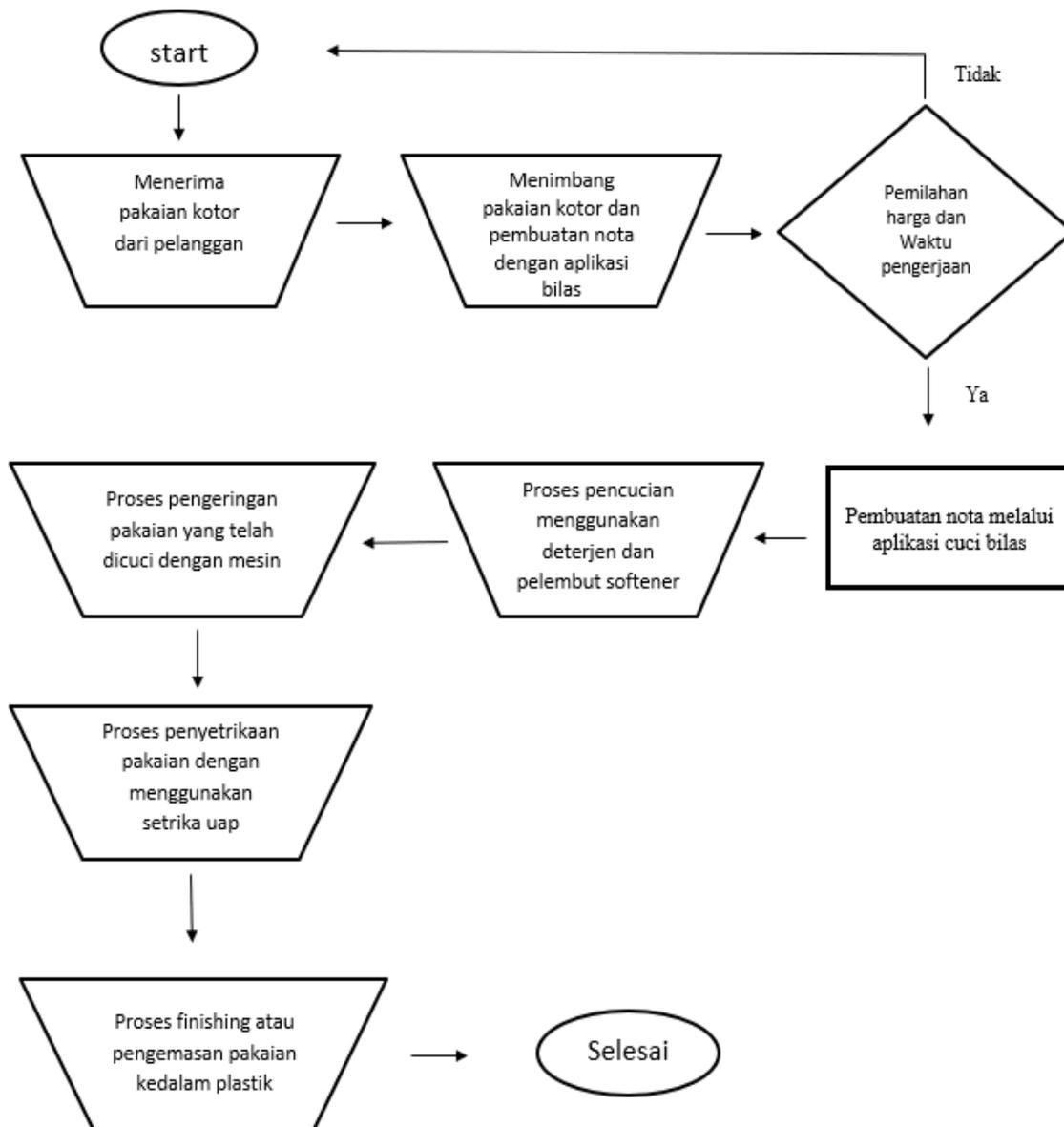
Gambar 1

Grand opening Wesh Wash Laundry.



Gambar 2

Flowchart tahapan mencuci Wesh Wash Laundry.



Tahapan-tahapan proses produksi *laundry* pada Wesh Wash Laundry (lihat Gambar 2):

1. Karyawan menerima pakaian kotor dari pelanggan. Setelah itu, karyawan menimbang berat pakaian pelanggan dan membuat nota *laundry* (lihat Gambar 3)
2. Pelanggan memilih harga dan waktu pengerjaan sesuai keinginan dan memberikan nota *laundry* kepada pelanggan (lihat Gambar 4)
3. Karyawan memilah jenis pakaian yaitu memisahkan pakaian berwarna putih, dan pakaian yang mudah luntur (jika diminta pelanggan). Pakaian yang terkena noda berat memerlukan proses penghilang noda khusus atau dengan menggunakan cairan penghilang noda berat.

Gambar 3

Penerimaan pakaian dari pelanggan.



Gambar 4

Pemberian nota kepada pelanggan.



4. Proses pencucian dengan menggunakan detergen dan pelembut (lihat Gambar 5)
5. Proses pengeringan menggunakan mesin pengering pakaian (lihat Gambar 6)
6. Proses penyetricaan menggunakan setrika uap. Pakaian yang berbahan khusus, seperti kain sutera, proses penyetricaannya menggunakan mesin *steamer*. (lihat Gambar 7)
7. Pakaian yang telah selesai dicuci dan disetrika diberikan pewangi khusus *laundry*. Kemudian dikemas menggunakan plastik kemasan agar tetap rapi dan wangi hingga diambil oleh pelanggan. Setelahnya, cucian bersih yang telah selesai dikemas tersebut disimpan di lemari penyimpanan untuk memudahkan pengambilan. (lihat Gambar 8)

Gambar 5
Proses pencucian.



Gambar 6
Proses pengeringan.



Gambar 7
Proses penyetricaan.



Gambar 8
Proses pengemasan.



Wesh Wash Laundry sudah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan memberikan *service* yang terbaik untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik perhatian dari pelanggan baru dengan mempertahankan prinsip *laundry* yaitu 1 mesin 1 pelanggan, bersih, rapih dan wangi. Salah satu visi dan misi yang diterapkan Wesh Wash Laundry adalah membangun hubungan baik dengan pelanggan, dengan cara meningkatkan *service* terhadap pelanggan supaya dapat mempertahankan pelanggan. Pelanggan akan lebih percaya untuk mencuci pakaiannya di

Wesh Wash Laundry. Wesh Wash Laundry tidak hanya mendapatkan untung dari pelanggan tetapi pelanggan mendapatkan hasil yang terbaik dari Wesh Wash Laundry.

Strategi kualitas *service* kepada pelanggan yang dilakukan oleh Wesh Wash Laundry mencakup 3 bidang. Pertama, jenis layanan *laundry* yang beragam sesuai kebutuhan pelanggan. Kedua, kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan. Ketiga, kegiatan pemasaran yang menjangkau masyarakat sekitar tempat usaha. Kualitas produk/jasa adalah faktor utama untuk menarik minat pelanggan. Kepercayaan pelanggan terhadap produk adalah kunci keberhasilan dari suatu usaha agar usaha yang dijalankan bisa berkembang. Jenis layanan pada Wesh Wash Laundry terdiri dari 3, yaitu:

- a. *Laundry regular* dengan lama waktu pengerjaan 2 hari
- b. *Laundry Express* dengan lama pengerjaan 1 hari
- c. *Laundry Sameday* dengan lama pengerjaan 8 jam

Menurut data aplikasi bilas *laundry*, pelanggan Wesh Wash Laundry lebih meminati *Laundry Express* karena padatnya aktivitas sehari-hari yang mengharuskan pakaian selesai lebih cepat dengan harga yang tidak terlalu mahal. Selain itu, Wesh Wash Laundry juga menyediakan jasa cuci kering lipat dengan harga Rp 5000/kg dan jasa cuci kering setrika Rp 8.000/kg.

Kecepatan dan ketanggapan dalam melayani pelanggan menjadi prioritas atau hal yang utama dalam menciptakan kenyamanan dalam menggunakan jasa pelayanan di *laundry*. Wesh Wash Laundry sangat mengedepankan pentingnya kenyamanan pelanggan di *laundry* dengan memberikan *service* terbaik. Berikut cara yang dilakukan Wesh Wash Laundry dalam melayani pelanggan:

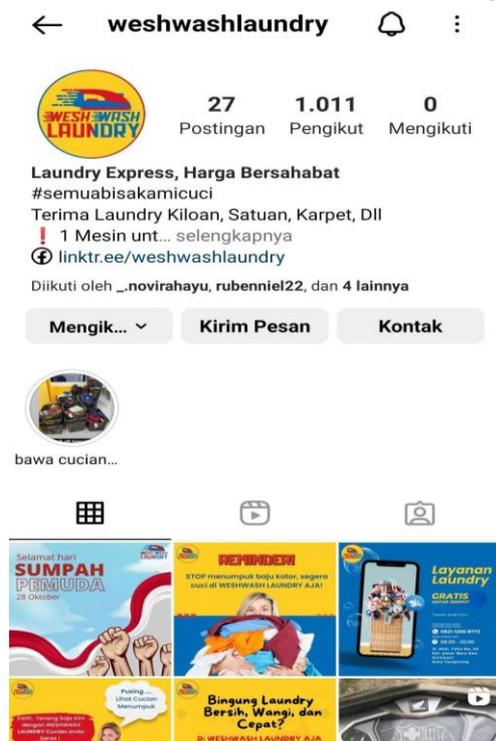
- a. Karyawan *Wesh Wash Laundry* melayani pelanggan dengan senyuman dan memberikan salam seperti “selamat pagi, selamat siang, selamat malam”, kemudian menanyakan kebutuhan pelanggan dan menawarkan bantuan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman.
- b. Wesh Wash Laundry memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk memberikan penilaian dan saran atau masukan terhadap hasil jasa/produk *laundry*
- c. Wesh Wash Laundry memberikan fasilitas antar jemput secara gratis kepada pelanggan dengan jarak 5 km dari tempat usaha
- d. Wesh Wash Laundry memberikan fasilitas *membership* (deposit uang di *laundry*) kepada pelanggan dengan tujuan mempermudah pelanggan mencuci pakaiannya dengan harga yang lebih hemat. Jenis keanggotaan terdiri dari 3, yaitu *silver member*, *gold member*, dan *platinum member*. Pelanggan yang memilih *silver member* akan membayarkan Rp 175.000 untuk mendapatkan saldo Rp 200.000, sehingga pelanggan akan hemat Rp 25.000. Pelanggan yang memilih *gold member* akan membayarkan Rp 425.000 untuk mendapatkan saldo Rp 500.000, sehingga pelanggan akan hemat Rp 75.000. Pelanggan yang memilih *platinum member* akan membayarkan Rp 750.000 untuk mendapatkan saldo Rp 1.000.000, sehingga pelanggan akan hemat Rp 250.000

Marketing atau pemasaran merupakan strategi yang dilakukan oleh suatu usaha untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen. Dalam melakukan promosi, dapat menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para pelanggan. Pelanggan akan lebih mudah menemukan jasa/produk yang sesuai dengan apa yang pelanggan butuhkan. Pengenalan menjadi fungsi utama dari sebuah pemasaran yang dilakukan oleh suatu usaha. Dengan adanya pemasaran, produk akan lebih mudah dikenal oleh pelanggan. Menurut Kotler (2004), pemasaran adalah suatu proses sosial

yang di dalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain. Pemasaran yang dilakukan Wesh Wash Laundry adalah pemasaran secara *online* dan *offline*. Pemasaran *online* dilakukan dengan membuat promosi di akun *Instagram* (*weshwashlaundry*) untuk membagikan brosur digital (lihat Gambar 9). Pemasaran *offline* dilakukan dengan membagikan brosur dari rumah ke rumah (lihat Gambar 10) serta memasang *banner* dan spanduk di depan *laundry*.

Gambar 9

Pemasaran *online* melalui akun *Instagram*.



Gambar 10

Pemasaran *offline* dengan membagikan brosur disekitar lokasi *Wesh Wash Laundry*.



KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan MBKM kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan terhadap pelanggan adalah suatu tindakan, perbuatan atau aktivitas seseorang atau suatu organisasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan atau keinginan pelanggan yang dilakukan melalui interaksi dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, sesama karyawan dan juga pimpinan untuk memenuhi harapan, dan pemecahan permasalahan.
2. Supaya dapat mempertahankan pelanggan saat ini perlu memberikan layanan pelanggan yang ramah, responsif, dan berkualitas.
3. Strategi yang dilakukan *Wesh Wash Laundry* adalah mempertahankan pelanggan lama dan menarik minat pelanggan baru dengan cara memberikan *service* terbaik terhadap pelanggan.

Ucapan terima kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada Bapak Ruben Daniel selaku pemilik usaha *Wesh Wash Laundry* dan kepada Bapak Louis Utama, SE, MM selaku dosen pembimbing kewirausahaan.

REFERENSI

- Kotler., & Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: LPFE-UI.
- Samosir., & Boy, S. L. (2014). Pelaksanaan Kewajiban Pengelolaan Laundry oleh Pengelola Usaha Laundry dalam Pengendalian Pencemaran Lingkungan di Kota Yogyakarta, 1-12.
- Tsitsi, E. A. (2013). The Adoption of Social Media Marketing in South Africans Banks. *European Business Review*, 25:4, 366.