

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan pada Planet Laundry di Sukmajaya Depok

Edalmen¹, Karine Karunia², Dian Minar Jovita Aritonang³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
¹edalmen@fe.untar.ac.id

Abstrack

This community service program aims to find solutions to the problems faced by Planet Laundry in Sukmajaya, Depok, in facing increasingly fierce competition. Determining the right strategy by improving the quality of customer service is the best way to develop an effective business. The method used is mentoring and training for business owners through observation and interview techniques aimed at evaluating internal and external factors that affect the business. The community service implementation team provided an understanding of the SERVQUAL concept as a benchmark for improving the quality of customer service for laundry businesses. The mentoring and training carried out have succeeded in improving customer service and developing business strategies to be competitive in the market. The results of this community service can increase understanding of the quality of customer service, improve the ability to handle every customer complaint and produce improvements in standard operating procedures with increasingly efficient and competitive management and increase business profitability. The implication of this service is that business partners have succeeded in improving the quality of laundry services and are able to implement development strategies that are in accordance with market characteristics and dynamic business conditions.

Keywords: service, quality, business, laundry, customer, satisfaction

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Planet Laundry di Sukmajaya kota Depok dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penentuan strategi yang tepat dengan peningkatan kualitas layanan pelanggan menjadi cara terbaik untuk pengembangan usaha yang efektif. Metode yang digunakan adalah pendampingan dan pelatihan kepada pemilik usaha melalui teknik observasi dan wawancara yang bertujuan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan pemahaman tentang konsep *SERVQUAL* sebagai tolak ukur untuk peningkatan kualitas layanan pelanggan bagi usaha *laundry*. Pendampingan dan pelatihan yang dilakukan telah berhasil memperbaiki layanan pelanggan serta mengembangkan strategi bisnis agar bisa bersaing di pasar. Hasil pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan pemahaman tentang kualitas layanan pelanggan, meningkatkan kemampuan menangani setiap keluhan pelanggan dan menghasilkan perbaikan dalam standar operasional prosedur dengan manajemen yang semakin efisien dan berdaya saing serta meningkatkan profitabilitas usaha bisnis. Implikasi dari pengabdian ini adalah mitra usaha berhasil meningkatkan kualitas pelayanan jasa usaha *laundry* dan mampu mengimplementasikan strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik pasar dan kondisi lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: pelayanan, kualitas, bisnis, laundry, pelanggan, kepuasan

© 2026 Author
Creative Commons Attribution 4.0 International License



1. Pendahuluan

Di tengah kesibukan masyarakat modern, usaha *laundry* menjadi salah satu bisnis jasa yang terus berkembang. Rutinitas kerja yang padat, gaya hidup praktis, dan meningkatnya jumlah pekerja urban menjadikan layanan *laundry* semakin banyak dicari. Maka tidak terlalu mengherankan jika bisnis ini mampu bertahan bahkan semakin menjamur di berbagai kota dan daerah. Secara keseluruhan, bisnis *laundry* masih menjadi peluang usaha yang menjanjikan di era serba cepat ini. Permintaan jasa *laundry* juga semakin luas, mulai dari pakaian sehari-hari hingga barang-barang rumah tangga. Namun, untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat, pelaku usaha harus berani berinovasi, memanfaatkan teknologi, serta menjaga kualitas layanan.[1] Dengan demikian usaha *laundry* tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga berkembang menjadi bisnis yang lebih besar dan menguntungkan. Jenis usaha *laundry* ini juga sangat mempengaruhi lingkungan jadi sangat diperlukan adanya kesadaran terhadap kelestarian lingkungan di kalangan pelaku usaha[2].

Memastikan kepuasan pelanggan terpenuhi adalah kunci untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis. Namun, menghadirkan kepuasan pelanggan yang sesuai dengan harapan mereka bukanlah tugas yang mudah. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memiliki strategi layanan pelanggan yang efektif dan inovatif. Melalui penerapan strategi-strategi secara holistik, pelaku usaha akan dapat menciptakan lingkungan yang mendorong pelayanan pelanggan yang unggul, menghasilkan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan, dan pada akhirnya, berkontribusi pada pertumbuhan usaha bisnis secara keseluruhan[3].

Planet Laundry merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang jasa *laundry* yang beroperasi mulai tahun 2010 yang berlokasi di Kelurahan Bakti Jaya Kecamatan Sukmajaya kota Depok. Usaha yang ditawarkan Planet Laundry berupa jasa mencuci dan menyetrika baju, celana, *bedcover*, sprei, *gordyn*, boneka, jaket, selimut, karpet dan lain-lain. Sebuah usaha tentunya membutuhkan seorang pemilik yang berperan penting dalam menjalankan usaha serta bertanggung jawab atas setiap kejadian yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan serta bertanggung jawab untuk proses pengambilan keputusan mengenai usahanya tersebut. Bapak Anton Kurniawan adalah pemilik usaha Planet Laundry dan dibantu dengan istrinya Ibu Desi yang bertugas sebagai pengelola utama dan bertanggung jawab terhadap proses keberlangsungan usaha Selain sebagai pemilik dan pengelola, bapak Anton Kurniawan dan ibu Desi bertanggung jawab atas keuangan masuk dan keluar, pengadaan bahan baku,

serta membantu karyawan dalam proses *laundry*. Pemilik tidak segan - segan untuk ikut serta dalam proses keberlangsungan usaha ini mulai dari penerimaan pesanan *laundry*, pencatatan ke dalam buku secara manual, pemberian nota kepada pelanggan, pencucian, penyetrikaan, pengepakan, hingga mengantar pesanan kepada pelanggan.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk menemukan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh Planet Laundry pada saat ini yaitu bagaimana menentukan strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya melalui peningkatan kualitas layanan pelanggan. Hal ini sangat disadari oleh Bapak Anton sebagai pemilik usaha jasa *laundry* ini, bagaimana agar usaha mereka dapat terus bertumbuh dan berkembang ditengah persaingan yang sangat ketat. Persaingan dalam bisnis jasa ini tidak hanya dalam menarik pelanggan baru tapi juga bagaimana mempertahankan pelanggan yang lama yang loyal untuk terus menggunakan jasa kita. Salah satu hasil penelitian di kota Bandung menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis *laundry* [4] Penelitian lainnya juga menemukan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa [5] Selain itu kualitas pelayanan menjadi faktor kunci yang mempengaruhi perilaku konsumen dan kepuasan mereka, sehingga bagi perusahaan perusahaan jasa sangat disarankan untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan[6].

Strategi pelayanan merujuk pada upaya yang dijalankan oleh suatu perusahaan atau entitas untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan pelanggan mereka. Strategi pelayanan dapat meliputi berbagai aspek, seperti pengembangan komunikasi yang efektif, peningkatan infrastruktur, penggunaan teknologi informasi yang lebih baik, dan perencanaan strategis yang matang. Tujuan utama dari strategi pelayanan adalah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta meningkatkan tingkat kepuasannya. Selain itu, strategi pelayanan juga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Mengembangkan strategi pelayanan yang baik merupakan kunci untuk memastikan agar pelanggan merasa puas dan semakin loyal terhadap produk atau layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan - harapan pelanggan dimana apabila pelayanan yang diterima ataupun dialami sudah sesuai dengan yang diharapkan pelanggan [7] Pendapat lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya

pemberian pelayanan publik tersebut [8]. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas secara umum juga dapat diartikan suatu bentuk layanan yang memberikan hasil baik berupa kualitas layanan maupun kualitas jasa[9].

Di dalam penyajiannya kualitas yang yang dilakukan oleh setiap perusahaan sangatlah beragam, tetapi tujuan dasarnya sama yakni memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan suatu barang atau jasa tersebut. Secara umum kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja antara hasil produk yang diperoleh dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerjanya di bawah ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan menjadi sangat puas atau senang. Selain itu kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk yang disiapkan (atau hasil) dengan harapannya.[10]. Kepuasan pelanggan mengukur tingkat kepuasan pembeli dengan produk yaitu perbandingan yang dibuat pembeli antara tingkat manfaat yang dirasakan telah diterima setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan sebelum pembelian[11].

Parasuraman (1988) mengemukakan lima dimensi kualitas layanan yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan dari sebuah perusahaan yang dikenal sebagai model *SERVQUAL* yaitu[12]:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Dimensi ini merujuk pada perbaikan pada penampilan fisik fasilitas, peralatan, dan penampilan karyawan. Aspek ini adalah yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan, seperti misalnya kebersihan tempat, kerapian karyawan, dan modernitas dalam peralatan untuk *laundry*.

2. *Reliability* (keandalan)

Keandalan ini meliputi kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten. Seperti hal hal yang mencakup ketepatan waktu, terbebas dari adanya kesalahan atau prosedur dan semuanya sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap mencakup kesediaan dan kecepatan dari staf untuk membantu pelanggan misalnya dalam menangani permintaan dan keluhan mereka dengan cara yang cepat. Hal ini juga meliputi penekanan

pada responsifitas layanan dan kejelasan informasi yang diberikan kepada pelanggan

4. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan dan kompetensi dan kredibilitas staf dalam memberikan pelayanan yang akan mengurangi risiko atau ketidakpastian bagi pelanggan. Pengetahuan dan kesopanan karyawan menjadi hal yang sangat penting yang harus dimiliki sehingga akan dapat memberikan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan

5. *Empathy* (empati)

Empati dapat ditunjukkan misalnya dengan memberikan perhatian, kepedulian, dan pelayanan individual yang terperinci kepada setiap pelanggan.

Penerapan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, adalah kunci untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal. Setiap dimensi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Ketika perusahaan dapat secara konsisten memberikan pelayanan yang unggul di setiap dimensi, mereka akan mampu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar. Hasil penelitian sebelumnya menemukan bahwa meskipun pelanggan sudah merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan tetapi pada beberapa dimensi hasilnya belum maksimal[13].

Layanan pelanggan yang baik dapat diibaratkan sebagai pelayanan prima atau *excellent service* secara memuaskan. *Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Sedangkan *excellence* adalah sesuatu yang diberikan mempunyai kualitas tinggi dan melebihi apa yang diharapkan konsumen[14]. Perusahaan-perusahaan, baik yang berskala besar maupun kecil, berusaha keras untuk menyediakan layanan pelanggan yang prima guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tercapai dapat berdampak positif pada berbagai aspek bisnis, terutama dalam hal keuntungan dan profitabilitas. Dalam suatu penelitian disimpulkan bahwa penerapan Strategi layanan prima mampu meningkatkan kepuasan pelanggan[15].

Dewasa ini kebutuhan akan jasa *laundry* semakin meningkat dibarengi meningkatnya pula persaingan usaha sejenis. Berbagai dinamika dan jasa layanan, memberikan pelanggan bermacam pilihan, yang dalam prosesnya dihadapkan pada berbagai masalah. Permasalahan yang terjadi pada jasa *laundry* yaitu masih rendahnya kualitas pelayanan sehingga banyak keluhan dari konsumen. Seperti terjadinya pakaian hilang atau tertukar dengan pelanggan lain, seringnya terjadi keterlambatan sehingga pakaian selesai tidak tepat waktu dan sebagainya. Pelanggan

yang merasa dihargai dan didengarkan cenderung untuk loyal. Bahkan, mereka akan menjadi duta merek yang secara sukarela merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Sebaliknya, pelayanan yang buruk bisa langsung tersebar melalui media sosial dan merusak citra bisnis dalam hitungan jam.

Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan pelanggan adalah salah satu disiplin yang paling penting bagi organisasi manapun karena satu alasan sederhana: tanpa pelanggan, organisasi akan hancur dalam sekejap. Layanan pelanggan, terkadang disebut dukungan pelanggan, berkaitan dengan tindakan yang cepat dan jawaban yang terpercaya yang diambil oleh organisasi untuk memastikan kebutuhan pelanggan mereka terpenuhi. Menanggapi masukan pelanggan saja tidak lagi cukup pelanggan kini mengharapkan pelaku usaha untuk bersikap proaktif, responsif, dan selalu siap sedia. Meskipun setiap interaksi pelanggan berbeda, organisasi yang ingin meningkatkan retensi pelanggan dan mengembangkan basis pelanggan mereka harus menciptakan strategi layanan pelanggan yang efektif. Layanan pelanggan yang luar biasa menjadi lebih penting dari sebelumnya. Layanan yang buruk merupakan alasan utama konsumen berhenti membeli produk dari suatu perusahaan.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra yaitu Planet Laundry, pelaku UMKM jasa pencucian pakaian untuk menyusun suatu strategi pengembangan usaha yang berfokus kepada peningkatan kualitas layanan pelanggan. Hal ini penting karena semakin tingginya tingkat persaingan dalam bisnis *laundry* ini, oleh karena itu Pak Anton Kurniawan sebagai pemilik usaha ini terobsesi untuk memberikan pengalaman pelanggan yang terbaik. Hasil dari PKM diharapkan agar pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan pelanggan mereka, dan siap untuk mengatasi setiap masalah yang muncul dalam sekejap dan melakukan segala sesuatu yang mungkin untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian usaha Planet Laundry dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Strategi pelayanan pelanggan bukan hanya tentang menyenangkan pelanggan, tapi membangun hubungan yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi bisnis. Dengan pemahaman yang baik, pelatihan yang tepat, pemanfaatan teknologi, dan evaluasi berkala, sebuah bisnis dapat menciptakan pengalaman layanan yang berkesan dan membuat pelanggan tetap setia.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis sebagai berikut:

1. Melakukan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pada

tahap ini dilakukan pengumpulan data dan penelaahan masalah yang dihadapi Planet Laundry, terkait dengan usaha peningkatan kualitas pelayanan jasa layanan dan peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Melakukan wawancara serta diskusi bersama dengan pihak mitra. Tujuannya untuk mengkonfirmasi hasil analisis awal dan menyepakati perlunya pelatihan dan penyempurnaan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, dengan memberi pemahaman terkait *SERVQUAL*.
3. Persiapan materi dan perencanaan teknis oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat. Materinya berisi tentang strategi peningkatan kualitas layanan pelanggan jasa *laundry*, serta menyiapkan rencana teknis agar materi disampaikan dengan jelas.
4. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan dan dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang strategi peningkatan kualitas layanan jasa *laundry*, dan sesi interaktif.
5. Evaluasi terhadap hasil pendampingan dan pelatihan serta melakukan penilaian dan tindakan perbaikan jika diperlukan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Selasa, 11 November 2025 bertempat di lokasi mitra Kelurahan Baktijaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok. Sebelum kegiatan ini berlangsung tim pelaksana pengabdian masyarakat sudah mengunjungi lokasi ini dan melakukan observasi dan wawancara dengan Bapak Anton sebagai pemilik usaha *laundry* ini. Beberapa masalah yang dihadapi usaha Planet Laundry ini sudah menjadi catatan tim untuk diperbaiki dalam rangka peningkatan layanan kepuasan pelanggan. Gambar 1 adalah dokumentasi yang diabadikan ketika kegiatan sedang berlangsung.

Pendampingan dan pemaparan materi di difokuskan pada pemahaman tentang konsep *SERVQUAL*. Untuk itu Planet Laundry bersama dengan tim pelaksana pengabdian masyarakat sudah melakukan perbaikan pada beberapa hal yang terkait dengan dimensi kualitas layanan pelanggan seperti dirangkum pada tabel 1.

Tabel 1. Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Planet Laundry

Dimensi Kualitas <i>SERVQUAL</i>	Perbaikan yang dilakukan
<i>Tangible</i> (T)/ bukti fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbaiki tata letak / <i>layout</i> ruang dan peralatan kerja untuk meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pelanggan 2. Penggantian mesin cuci dan mesin pengering yang bermasalah dilakukan secara bertahap agar proses pengerjaan dapat berjalan lancar.

<i>Reliability (R) / keandalan</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merespon keluhan pelanggan secara cepat baik secara langsung maupun melalui <i>WhatsApp</i> 2. Ketepatan waktu pengerjaan sesuai dengan yang sudah dijanjikan 3. Perbaikan sistem pencatatan dan pembukuan yang akurat sehingga dapat dipercaya oleh pelanggan 4. Penyesuaian jam kerja atau jadwal operasional sesuai kebutuhan pelanggan
<i>Responsiveness (RS) / daya tanggap</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pihak <i>laundry</i> berinisiatif untuk memberikan informasi kepada pelanggan bahwa pesanan mereka telah selesai. 2. Menyediakan layanan antar jemput tanpa biaya tambahan dalam jarak radius tertentu 3. Kesiediaan untuk membantu pelanggan yang memerlukan pelayanan secara cepat
<i>Assurance (A) / jaminan</i>	<ol style="list-style-type: none"> 4. Pihak <i>laundry</i> memberikan jaminan terhadap hasil pekerjaan, misalnya kerapihan, aroma wangi, tingkat kekeringan karpet, sehingga tidak ada bau apek. 5. Jaminan tidak terjadi kerusakan pada pakaian atau bahan yang dicuci 6. Menjamin tidak akan terjadi kehilangan dan sendainya terjadi pihak <i>laundry</i> bersedia melakukan penggantian
<i>Empathy (E) / empati</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pihak <i>laundry</i> lebih memahami keinginan dan memprioritaskan kepentingan pelanggan 2. Menindaklanjuti setiap keluhan pelanggan, dan dengan segera menyelesaikannya.

kualitas pelayanan pelanggan pada usaha Planet Laundry antara lain :

1. Menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya konsep *SERVQUAL* untuk peningkatan kepuasan pelanggan khususnya pada jasa *laundry*.
2. Meningkatkan kemampuan untuk menangani dan merespon setiap keluhan pelanggan dengan cepat.
3. Memperbaiki ketepatan waktu pengerjaan sesuai dengan yang dijanjikan dan meminimalkan kerusakan atau kehilangan
4. Menciptakan *Standard Operating Procedure (SOP)* yang baru dengan beberapa perbaikan seperti layanan tambahan antar jemput, dan adanya jaminan terhadap ketepatan waktu serta kualitas jasa yang diberikan.

4. Kesimpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra menemukan solusi dalam upaya pengembangan usaha melalui strategi peningkatan kualitas layanan pelanggan. Tim pelaksana pengabdian masyarakat memberikan pendampingan dan pelatihan yang diperlukan dengan penekanan pada pemahaman dan penerapan konsep *SERVQUAL* dengan memperhatikan setiap dimensi yang menjadi ukuran kepuasan pelanggan. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan kualitas layanan pelanggan pada Planet Laundry dan sebagai tindak lanjut, disarankan agar mitra menerapkan strategi layanan pelanggan ini dengan sebaik baiknya. Dengan demikian diharapkan usaha ini terus berkembang dan dapat bersaing dengan usaha sejenis serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Untuk tahapan berikutnya mitra dianjurkan untuk mencoba strategi lain misalnya dengan strategi *digital marketing* dan penggunaan teknologi informasi untuk mengembangkan usaha mereka.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kepercayaan serta pendanaan bagi terselenggaranya kegiatan ini. Kegiatan ini menjadi wadah yang sangat berarti bagi kami dalam mengasah kemampuan akademik sekaligus menumbuhkan semangat pengabdian kepada masyarakat.

Kami juga menyampaikan apresiasi kepada pemilik usaha Planet laundry Bapak Anton Kurniawan dan istri beliau ibu Desi atas kerjasama dan sambutan yang sangat baik selama proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung. Kami juga berterima kasih kepada seluruh tim mahasiswa/i manajemen yang telah berkontribusi secara maksimal demi kelancaran dan keberhasilan



Gambar 1. Foto-foto kegiatan PKM

Hasil evaluasi kegiatan pendampingan dan pelatihan ini telah membawa perubahan ke arah peningkatan

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Semoga kolaborasi ini dapat terus terjalin di masa mendatang demi kemajuan bersama.

Daftar Rujukan

- [1] F. A. Wijaya, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Jasa Arief Laundry Di Daerah Sarijadi," *IPJJS* vol. 2, no. 3, pp. 4963–4970, 2025.
- [2] Edalmen dan Kartika Nuringsih, "Sosialiasi 'Water Awareness' Usaha Laundry Boy Di Beji Timur, Depok," *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia.*, vol. 5, no. 3, pp. 632–638, 2022, doi: 10.24912/jbmi.v5i3.22688.
- [3] Tasya Hafifah and Hidayati Purnama Lubis, "Analisis Harga, Kualitas Pelayanan dan Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan di Laundry Super Wash," *Jurnal Ilmu Manajemen. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 3, pp. 306–321, 2025, doi: 10.55606/jimak.v4i3.4873.
- [4] S. Riyadi *et al.*, "Seberapa Pentingnya Kepuasan dan Kualitas untuk Mencapai Loyalitas Dalam Bisnis Laundry?," *Jurnal Administrasi Profesional* vol. 6, no. 0, pp. 167–186, 2025.
- [5] I. Kusumanto, G. E. Permana, I. M. Hamdy, Silvia, and R. M. Adzkia, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Di Buana Laundry," *SNTIK 11 FST UIN Sultan Syarif Kasim Riau* pp 601-608, 2019.
- [6] K. C. Susena and Y. I. Abi, "Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Cahaya Terang Di Jalan Cempaka No 53 Kebun Beler Kota Bengkulu," *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2024.
- [7] D. Indrawan, G. Rahmawati, I. Oktaviana, and S. Ismiati, "Model Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek (Literatur Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal. Manajemen. Pendidikan dan Ilmu Sosial.*, vol. 3, no. 1, pp. 240–253, 2022, <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- [8] M. Herlita and N. Nurulrahmatia, "Analisis Kepuasan Konsumen Berbasis Importance Analysis (IPA) Pada Gerai Ritel Alfamaret di Kota Denpasar," *Jurnal Ilmu Manajemen* vol. 13, no. 1, pp. 70–84, 2023.
- [9] A. Surya Bharmawan and Hanif Naufal, *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, 1st ed. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- [10] R. Bayu Putra, F. Yeni, H. Fitri, and N. Hutapea, "The Role of Consumer Satisfaction in Mediating Service Quality and Brand Image on Consumer Loyalty," *Jurnal Sentralisasi*, vol. 9, no. 2, pp. 108–119, 2020, doi: 10.33506/sl.v9i2.970.
- [11] M. D. Prasetyo, S. Susanto, and B. D. Maharani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol 9 no 1, pp 17–26. 2021 <https://doi.org/10.37641/jim>
- [12] Parasuraman, Berry L, and Zeithaml, "SERVQUAL: A multiple Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal. Retail.*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [13] A. P. Anindya and Iva Mindhayani, "Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality," *Jurnal. INTECH*, vol. 7, no. 2, pp. 129–136, 2021, doi: 10.30656/intech.v7i2.3954.
- [14] Nurlia "Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent," *Meraja J.*, vol. 1, no. 2, pp. 17–30, 2018.
- [15] N. Hasanah and M. Putri, "Strategy for Implementing Excellent Service in S Laundry Businesses in the Northern Hulu Sungai Regency," *Journal of Administrations Thinking Understand*, vol. 2, no. 1, pp. 120–130, 2025.