

STRATEGY FOR IMPLEMENTING EXCELLENT SERVICE IN S LAUNDRY BUSINESSES IN THE NORTHERN HULU SUNGAI REGENCY

Nurul Hasanah¹, Maulida Putri²

Program Studi Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: nurularief2024@gmail.com, maulidam660@gmail.com

Submitted: 16/8/2025; Revised: 23/8/2025; Accepted: 23/8/2025;

ABSTRAK

Dalam penelitian ini membahas mengenai penerapan strategi pelayanan prima pada usaha S *Laundry* yang berada di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian ini didasari karena meningkatnya persaingan pada berbagai usaha khususnya jasa *laundry*. Usaha yang bergerak dibidang jasa menjadikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sebagai tolak ukur keberhasilan dari pelayanan yang diberikan agar mewujudkan kepuasan hingga kepercayaan pelanggan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah kualitatif deskriptif, yaitu metode pendekatan yang bertujuan menggambarkan fenomena sosial yang terjadi secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan pelanggan, observasi dan dokumentasi. Menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan kriteria sampel informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keramahan dan kesopanan karyawan ditunjukkan saat melayani pelanggan, keterampilan komunikasi yang efektif saat melayani pelanggan, perhatian yang ditunjukkan pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, tidak ada kekeliruan dalam pengerjaan pesanan, penyelesaian pesanan yang tepat waktu dan penampilan dari hasil *laundry* yang bersih, rapi dan wangi. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa penerapan strategi pelayanan prima pada S *Laundry* sudah bagus, pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan hasil yang ditunjukkan sehingga mendapat keuntungan pada kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Strategi, Pelayanan Prima, *Laundry*

ABSTRACT

In this study discusses the application of excellent service strategies in the S Laundry business in Hulu Sungai Utara Regency. This research is based on the increasing competition in various businesses, especially Laundry services. Businesses engaged in services make the services provided to consumers as a measure of the success of the services provided in order to realize satisfaction to customer trust. The method used in this research is descriptive qualitative, which is an approach that aims to describe social phenomena that occur in depth. Data collection is done by in-depth interviews with customers, observation and documentation. Using purposive sampling technique in determining informant sample criteria.

The results showed that employee friendliness and politeness were shown when serving customers, effective communication skills when serving customers, Attention shown to meeting customer needs, no mistakes in order processing, timely completion of orders and the Appearance of clean, neat and fragrant Laundry results. It can be concluded from the results of this study that the implementation of excellent service strategies at S Laundry is good, customers are satisfied with the services and results shown so that they benefit from customer trust and loyalty.

Keywords: Strategy, Excellent Service, *Laundry*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang terus berkembang, kewirausahaan dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) telah berkembang menjadi salah satu faktor dalam pembangunan ekonomi. Bukan hanya dalam meningkatkan pendapatan individu dan rumah tangga, tetapi juga secara serentak memacu pertumbuhan ekonomi. UMKM yang banyak bermunculan membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat. Persaingan usaha mendorong para pemilik usaha untuk berinovasi, pengembangan produk dan layanan serta membuka pasar-pasar baru yang dapat meningkatkan pendapatan dan kemajuan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat memicu tingkat persaingan yang signifikan di antara pelaku usaha. Kondisi ini mendorong setiap pemilik usaha untuk bersaing dalam pasar untuk memperoleh pangsa konsumen dipasaran. Upaya tersebut bertujuan untuk memperluas pangsa pasar yang nantinya akan berpengaruh pada keunggulan persaingan yang memberi dampak pada pendapatan usaha. Semua pelaku usaha berusaha mengoptimalkan usahanya agar menjadi yang terdepan dalam persaingan bisnis.

Banyaknya pengusaha-pengusaha baru yang bermunculan telah menciptakan situasi persaingan yang semakin ketat, khususnya pada sektor jasa. Situasi ini menuntut para pemilik usaha khususnya di bidang jasa untuk berupaya keras mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen.

Pelayanan yang unggul akan berpengaruh dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, terutama dibidang jasa dan bukan hanya sebagai pembeda di pasaran. Kualitas pelayanan yang unggul membuat pelanggan merasa dihargai dan mampu memenuhi kebutuhan mereka yang akan berdampak langsung dalam membangun loyalitas pelanggan dan memberikan citra positif pada usaha. Hal ini tidak hanya membuat pelanggan bertransaksi kembali, namun mereka juga bisa mempromosikan usaha dengan merekomendasikan pada orang lain. Ini akan memberi dampak pada reputasi positif di publik, menarik pelanggan baru dan pada akhirnya akan memperluas pangsa pasar.

Dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang perkembangan yang sangat signifikan, khususnya pada bidang jasa. Keadaan ini sebagian besar diakibatkan karena perubahan gaya hidup masyarakat yang kini cenderung lebih praktis, dan prioritas lain untuk menggunakan waktu pada kepentingan atau aktivitas lain. Dengan demikian, konsumen semakin mencari solusi yang efisien agar dapat bebas dari tugas-tugas yang memakan waktu, sehingga permintaan akan jenis layanan jasa terus meningkat secara signifikan.

Keberhasilan perusahaan yang bergerak dibidang jasa sejatinya sangat tergantung pada penggunaan konsep kualitas pelayanan yang diterapkan. Berbeda dengan perusahaan yang menjual produk, kunci dari bisnis jasa ialah pengalaman dan interaksi yang ditawarkan kepada pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran akan pentingnya pelayanan yang prima pada setiap bidang usaha yang harus diterapkan pada semua jenis usaha.

Kesadaran tersebut mencakup pemahaman mendalam mengenai kebutuhan pelanggan, kemampuan berempati serta menunjukkan perhatian berupa inisiatif untuk memenuhi harapan standar konsumen. Kesadaran ini dapat diwujudkan melalui ketepatan dalam penggunaan strategi untuk melayani pelanggan. Perusahaan tidak bisa menerapkan pelayanan yang sama pada semua segmen pasar. Penerapan strategi yang tepat akan menciptakan alur pelayanan yang mulus, meminimalkan potensi masalah, yang pada akhirnya berpengaruh besar terhadap usaha secara keseluruhan.

Salah satu upaya untuk menarik minat konsumen dalam penggunaan jasa ialah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah penggunaan jasa ialah dengan menerapkan pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan menunjukkan sikap peduli terhadap kebutuhan pelanggan yang akan memberikan kesan dihargai sehingga merasa puas dengan pelayanan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat ini, kepuasan pelanggan menjadi faktor penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang diberikan kepada pelanggan, yang secara konsisten untuk memenuhi bahkan berusaha melampaui kebutuhan dan harapan konsumen. Hal ini menjadikan pelayanan prima bukan hanya sekedar nilai tambah, namun sebuah keharusan strategi bagi pelaku usaha khususnya dibidang jasa.

Pelayanan prima atau dikenal juga dengan *excellent service* ialah serangkaian tindakan atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberikan tingkat pelayanan tertinggi kepada konsumen. Pelayanan ini mencakup kecepatan, keramahan, akurasi dan responsivitas yang baik dalam setiap berinteraksi, sehingga menciptakan pengalaman positif yang menjadi nilai tambah akan mendorong loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang merasa nyaman dan puas terhadap jasa yang diberikan akan cenderung lebih mudah memutuskan untuk melakukan pembelian berulang. Rasa nyaman ini tidak hanya muncul dari hasil pelayanan jasa yang didapatkan, melainkan juga dari keseluruhan pengalaman interaksi, mulai kemudahan akses, keramahan karyawan, hingga kecepatan pengerjaan pesanan. Salah satu upaya utama untuk menarik pelanggan pengguna jasa dan mendorong loyalitas ialah dengan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan setelah penggunaan jasa.

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Arah gaya hidup modern dan aktivitas masyarakat yang semakin sibuk dan memiliki keterbatasan waktu. Bersamaan dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kebersihan dan kerapian pribadi maupun lingkungan menjadi prioritas bagi setiap orang dengan layanan yang praktis dan efisien.

Paduan antara kesibukan yang banyak menyita waktu dan kebutuhan akan kebersihan secara langsung mendorong masyarakat untuk semakin menggunakan layanan jasa, salah satunya jasa *laundry*. Mencuci pakaian sendiri di rumah tidak hanya memakan waktu, tetapi juga tenaga yang ekstra. Oleh karena itu, jasa *laundry* menawarkan solusi mudah dan praktis yang memungkinkan setiap orang untuk tetap menjaga penampilan dan kebersihan tanpa mengorbankan waktu mereka. Namun disayangkan banyak pengusaha *laundry* yang kesulitan mempertahankan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan ditengah persaingan yang semakin kompetitif.

Istilah *laundry* dalam Bahasa Indonesia memiliki makna yang sama dengan “binatu” yang merujuk kepada layanan atau jasa pencucian pakaian. Menurut Samosir (2014) dalam penelitian (Fatah, 2016), *laundry* adalah jenis usaha yang menyediakan jasa pencucian dan penyetrikaan pakaian serta berbagai bahan tekstil lainnya. Istilah *laundry* mempunyai dua makna yang saling berkaitan, bisa diartikan pada aktivitas atau kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil, atau juga bermakna sebagai tempat atau fasilitas yang berfungsi untuk kegiatan pencucian pakaian atau bahan tekstil.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas isu yang relevan dengan fokus penelitian yang sama dengan yang peneliti lakukan diantaranya dari (Kamalia, 2022) yang membahas Penerapan Pelayanan Prima Dalam Mempertahankan Loyalitas Jamaah Umrah Di PT. Talbia Bina Seksama. Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan konsep pelayanan prima melalui empat tahapan yakni dengan memancarkan sikap positif, menciptakan suasana yang ramah, perusahaan mengidentifikasi kebutuhan jamaah, dan memastikan pemenuhan kebutuhan serta memastikan setiap aspek ibadah

terpenuhi. Hal dari penelitian ini mendapat mengakuan kepuasan dari jamaah yang menjadi indikator keberhasilan pelayanan yang diterapkan.

Penelitian terdahulu yang selaras yaitu oleh (Rika Widianita, 2023) tentang Penerapan *Service Excellent* Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Gubuk *Laundry* Kediri, dengan hasil yang menunjukkan Gubuk *Laundry* Kediri berhasil menerapkan *service excellent* dengan konsisten. Hal ini terlihat dari sikap ramah dan kecepatan tanggap karyawan saat melayani setiap pelanggan. Dengan penggunaan layanan prima dan hasil yang memuaskan berhasil membangun kepercayaan pelanggan semakin kuat sehingga pelanggan terus mempercayakan pakaiannya ke Gubuk *Laundry*.

Penelitian berikutnya yang sejalan ialah penelitian dengan judul Penerapan Pelayanan Prima Pada Mal Pelayanan Publik Kabupaten Hulu Sungai Utara dari (Hidayatullah, 2024) yang mengungkapkan bahwa Mal Pelayanan Publik di Kabupaten Hulu Sungai Utara telah berhasil menerapkan pelayanan prima dengan cukup baik. Di dasari pada teori yang digunakan yang mencakup prinsip transparan, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak serta keseimbangan hak dan kewajiban.

Penerapan strategi pelayanan prima bertujuan untuk menciptakan rasa dihargai dan kepuasan mendalam kepada pelanggan setelah menggunakan suatu jasa. Ini bukan hanya sebagai formalitas, melainkan kunci dari keberhasilan dalam interaksi bisnis. Dalam ranah bisnis, keberhasilan sebuah usaha sangatlah tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Layanan yang unggul dan memuaskan akan menjadi pembeda utama di tengah persaingan.

Kualitas pelayanan yang baik berperan sebagai strategi yang sangat efektif untuk memperkuat loyalitas dan kepercayaan pelanggan yang sudah ada, juga mampu menarik pelanggan-pelanggan baru. Pada intinya, kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauh mana perbandingan antara kenyataan pengalaman layanan yang didapat dengan harapan yang dimiliki.

METODE

Penelitian ini dilakukan untuk memahami lebih dalam bagaimana S *Laundry* di Kabupaten Hulu Sungai Utara menerapkan strategi pelayanan prima. Latar belakang utama yang mendorong penelitian ini adalah tingginya tingkat persaingan usaha, khususnya disektor jasa *laundry*.

Dengan terus bertambahnya jumlah usaha *laundry* baru yang bermunculan, membuat S *Laundry* perlu mengambil langkah strategis untuk mempertahankan keberlangsungan dan daya saing usahanya. Oleh karena itu, fokus utama S *Laundry* adalah bagaimana pemenuhan kebutuhan dan pencapaian kepuasan pelanggan melalui implementasi pelayanan prima yang konsisten dan berkelanjutan. Ini adalah kunci bagi S *Laundry* untuk tetap relevan dan unggul ditengah sengitnya persaingan.

Penelitian ini menjadikan usaha S *Laundry* sebagai objek utama dalam penelitian. S *Laundry* merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang layanan jasa *laundry*, dengan menyediakan layanan jasa cuci dan setrika pakaian. Usaha ini beralamat di Desa Kota Raja, Amuntai Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Utara Provinsi Kalimantan Selatan. Terletak pada tempat yang strategis dekat dengan jalan yang ramai dilalui banyak orang dan mudah ditemukan.

Pemilihan S *Laundry* sebagai sasaran penelitian didasari oleh beberapa faktor. Pertama, industri *laundry* saat ini menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan banyak diminati berbagai pihak, menandakan potensi pasar yang sangat berpengaruh untuk menarik banyak pesaing baru. Kedua, tingginya tingkat persaingan usaha *laundry* yang menuntut setiap pemilik menerapkan strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. Fokus utama strategi yang diterapkan adalah peningkatan

kualitas pelayanan seperti pelayanan prima untuk memenuhi kebutuhan dan melampaui ekspektasi pelanggan, yang akhirnya akan menghasilkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono, metode kualitatif adalah metode penelitian yang dirancang untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen. Ini mencakup berbagai pengalaman manusia seperti persepsi, perilaku, motivasi, tindakan yang dideskripsikan dalam bentuk kata-kata.

Metode kualitatif lebih menekankan kepada pemahaman mendalam terhadap suatu permasalahan. Ini karena metode kualitatif berpandangan bahwa setiap masalah memiliki sifat yang berbeda satu sama lain dengan sifat masalah lainnya. Penelitian kualitatif berusaha menggali konteks, perspektif dan pengalaman subjek penelitian secara menyeluruh untuk memperoleh gambaran yang komprehensif. (Ummah, 2019)

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah metode yang berfokus pada penggambaran dan penjelasan suatu fenomena, objek atau peristiwa secara mendalam dan akurat. Tujuannya untuk memberikan gambaran secara nyata dan sistematis tentang karakteristik, fakta atau pola yang ada tanpa melakukan manipulasi.

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata dalam (Sukmadinata, 2011) penelitian deskriptif kualitatif berfokus pada mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi secara mendalam. Ini bertujuan untuk memahami suatu kondisi atau peristiwa yang sebenarnya, baik secara alami maupun yang melibatkan campur tangan manusia. Metode ini menekankan pada karakteristik, kualitas dan keterkaitan antara berbagai kegiatan dalam suatu fenomena.

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai fenomena yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (Mukhamad Fathoni, 2019)

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah sebuah proses yang mengamati secara langsung suatu objek, fenomena atau perilaku untuk mengumpulkan data dan informasi yang akurat. Peneliti terjun langsung ke lapangan dengan berinteraksi di lingkungan penelitian untuk mengumpulkan informasi dari sumber aslinya. Proses ini bertujuan untuk memahami secara mendalam keadaan yang sebenarnya terjadi pada variabel-variabel yang dikaji. Observasi tidak hanya sekedar mengamati secara pasif, peneliti berusaha menempatkan diri dalam situasi yang di amati. Peneliti mencoba memahami motivasi, emosi dan dinamika yang mendasari perilaku atau kejadian.

Kesuksesan sebuah observasi sangat tergantung pada kepekaan dan keterampilan peneliti. Peneliti bertindak sebagai indra utama penelitian, karena peneliti melihat dan mendengar secara langsung informasi yang didapatkan yang kemudian disimpulkan. Melalui pendekatan ini informasi yang diperoleh lebih kaya, mendalam dan relevan yang memudahkan peneliti memahami inti dari suatu fenomena.

2. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah komunikasi timbal balik yang penting dalam penelitian, diterapkan untuk menggali informasi secara mendalam langsung dari responden terkait. Proses ini melibatkan interaksi tatap muka secara fisik, panggilan video atau percakapan dari telpon dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan isu atau masalah yang sedang diteliti. Tujuan utama wawancara adalah memperoleh fakta-fakta dan gambaran yang akurat mengenai

situasi yang terjadi di lapangan.

Melalui interaksi langsung baik tatap muka maupun melalui media komunikasi lainnya, pewawancara dapat menggali informasi yang dibutuhkan, yang sulit didapatkan dengan metode lain. Interaksi yang memungkinkan pewawancara memberi pertanyaan spontan, observasi Bahasa tubuh dan membuka kesempatan untuk membangun hubungan baik dengan narasumber, yang semuanya berkontribusi pada kualitas informasi yang didapatkan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semi-terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjaga fokus pada permasalahan utama dalam penelitian. Dimana peneliti menyiapkan pertanyaan kunci yang akan dikembangkan pada saat proses wawancara.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa dokumentasi adalah kumpulan catatan atau peristiwa yang telah berlalu, baik dalam bentuk tulisan atau gambar. Metode dokumentasi adalah serangkaian tata cara sistematis yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memanfaatkan informasi yang sudah tersedia dalam berbagai bentuk. Pendekatan ini secara khusus berfokus pada pencatatan, pengorganisasian, dan analisis data historis.

Tujuan utama metode ini adalah untuk menelusuri, memastikan dan memahami peristiwa, trend atau kondisi masa lalu. Ini memudahkan peneliti untuk mendapatkan gambar yang lebih lengkap tanpa harus mengumpulkan data primer. Dengan demikian, metode dokumentasi adalah alat yang ampuh dalam penelitian untuk memahami secara mendalam, metode ini memungkinkan peneliti menggali data historis yang penting dan sering lebih efisien untuk menggali data historis. Hal ini lebih efisien dalam hal waktu serta biaya dibandingkan dengan pengumpulan langsung di lapangan.

Setelah tahap pengumpulan data rampung, baik melalui wawancara dan pengujian hasil data primer, langkah berikutnya adalah melakukan analisis dan pembahasan secara menyeluruh. Tahap ini seluruh informasi yang telah dikumpulkan akan diolah.

Analisis data merupakan suatu proses sistematis dalam memeriksa, membersihkan dan memodelkan data yang bertujuan menentukan informasi yang berguna dan menarik kesimpulan. Menurut Sofian Effendi tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data menjadi bentuk yang mudah dibaca dan dipahami.

Ada tiga teknik analisis data dalam penelitian ini, yaitu (Pandawangi.S, 2021)

1. Pengumpulan data dan Informasi

Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data utamanya dilakukan melalui proses observasi. Metode ini melibatkan pengamatan mendalam terhadap situasi dan objek penelitian, mencakup segala sesuatu yang terlihat dan terdengar oleh peneliti. Data yang dihasilkan, baik dari observasi, wawancara maupun dokumentasi, kemudian akan memasuki tahap klasifikasi atau pengelompokan data.

2. Reduksi data

Setelah melakukan observasi di lapangan dan mengumpulkan sejumlah data yang beragam, langkah berikutnya dalam proses penelitian adalah reduksi data. Proses reduksi data secara sederhana adalah proses memilih, menfokuskan, menyederhanakan dan mengubah data kasar yang diperoleh dari turun lapangan menjadi yang mudah dipahami.

Pada tahap ini bukan hanya sekedar meringkas, melainkan sebuah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan atau mengkategorikan permasalahan menjadi lebih singkat dan

terarah. Poin utamanya, reduksi data adalah proses membuang informasi yang tidak diperlukan agar fokus penelitian semakin lebih jelas. Secara keseluruhan, reduksi data adalah langkah penting yang mengubah data yang awalnya mentah menjadi informasi yang ringkas, terarah dan bermakna. Ini adalah fondasi untuk analisis yang lebih mendalam untuk menghasilkan temuan penelitian yang kuat dan relevan.

3. Penyajian data

Setelah proses reduksi data, langkah berikutnya dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data. Penyajian data merupakan proses menata dan mengorganisir sekumpulan informasi yang telah direduksi supaya tersusun secara sistematis, sehingga peneliti dapat dengan mudah menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan temuan yang ada.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data umumnya dalam bentuk naratif. Data yang telah dikodekan dan dikelompokkan akan diuraikan menjadi sebuah deskripsi. Penyajian data secara naratif bukan hanya sekedar melaporkan apa yang ditemukan, melainkan sebuah seni untuk menceritakan kisah dari data dengan jelas dan bermakna, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam.

PEMBAHASAN

Di tengah pesatnya pertumbuhan dan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis saat ini, dengan berbagai macam jenis penawaran produk dan jasa yang memenuhi pasar. Para pemilik usaha secara tidak langsung dituntut untuk mengembangkan usaha demi menunjang keberlangsungan dan perkembangan usaha yang dimiliki. Keberhasilan suatu usaha khususnya dibidang jasa, tidak selalu tergantung pada produk atau jasa yang ditawarkan, melainkan juga ditentukan oleh proses pelayanan dan hasil akhir yang diberikan kepada konsumen.

Kesuksesan sebuah usaha tidak hanya diukur dari kualitas jasa yang diberikan. Terdapat satu hal penting yang menjadi pembeda dari pesaing dan penentu keberhasilan suatu usaha, yaitu penggunaan pelayanan prima. Pelayanan prima didefinisikan sebagai wujud rasa peduli dan perhatian secara optimal yang ditunjukkan perusahaan kepada pelanggan yang akan menciptakan pengalaman yang memuaskan dan berkesan. Pelayanan prima akan membangun loyalitas pelanggan dan menjadi pembeda suatu bisnis dengan para pesaingnya.

Pelayanan prima menurut Firmansyah (2016) adalah pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan permintaan dari pelanggan dengan menyiapkan dan mengurus yang diperlukan pelanggan secara prima sehingga pelanggan mendapat sesuatu yang mampu melebihi harapan sebelumnya.

Pelayanan prima bukan hanya sekedar memenuhi standar, ini adalah pelayanan terbaik yang diberikan dengan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan yang mampu secara konsisten melebihi ekspektasi pelanggan. Tujuan utamanya untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas dan senang dengan pelayanan yang mereka dapatkan.

Pengalaman positif yang tercipta melalui pelayanan prima ini akan secara tidak langsung dan secara signifikan mendorong keinginan untuk melakukan pembelian berulang dan membangun loyalitas jangka panjang. Dengan kata lain, pelayanan prima bukan hanya sekedar transaksi sesaat, melainkan investasi strategis dalam hubungan pelanggan berlanjut.

Pelayanan prima atau *excellent service* adalah kunci dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Lebih dari sekedar transaksi, pelayanan prima berupaya menciptakan ikatan percaya yang mendalam dan meninggalkan kesan yang tak terlupakan bagi setiap pelanggan. Hal ini

bukan hanya tentang memenuhi harapan, melainkan melampauinya, sehingga pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang diterima.

Dalam sebuah penelitian, mendapatkan data dan informasi yang akurat adalah kunci untuk mencapai kesimpulan. Penggunaan tiga metode yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi sangat efektif untuk memahami secara mendalam fenomena yang sedang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi pada objek penelitian, untuk mengamati secara langsung dan memahami keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan.

Setelah observasi, proses wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber untuk menggali informasi yang mendalam terkait pengalaman dan perasaan yang dirasa dari pelayanan yang diberikan. Terakhir, metode dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat data yang sudah ada kemudian dikategorikan sehingga mudah untuk dipahami.

Pada proses wawancara, pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan peneliti dalam menentukan subjek wawancara. Pemilihan sampel yang didasarkan pada suatu karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan teknik ini, peneliti dapat memfokuskan upaya wawancara pada sampel yang benar-benar relevan dan memastikan informasi yang dikumpulkan spesifik dan sejalan dengan tujuan penelitian.

Pada penelitian ini yang berfokus pada penerapan strategi pelayanan prima pada usaha *S Laundry*, peneliti menggunakan teori konsep pelayanan prima dari Atep Adya Barata (2003) yang menjelaskan ada 6 indikator kunci yang membentuk pilar pelayanan prima, yang dikenal dengan sebutan “6A” yaitu sikap (*Attitude*), kemampuan (*Ability*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), tanggung jawab (*Accountability*) dan penampilan (*Appearance*). (Laurena, no date)

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan 6 orang pelanggan *S Laundry* :

1. Sikap (*Attitude*)

Menurut Atep Adya Barata (2003), sikap adalah cerminan pertama dari karyawan saat berhadapan dengan pelanggan. Sikap yang perlu ditanamkan dalam diri setiap karyawan meliputi kesopanan, kebaikan dan keramahan. Karyawan diharapkan dapat menyambut dan melayani pelanggan dengan menampilkan keramahan dan simpati pada kebutuhan pelanggan. Keberhasilan usaha khususnya dibidang jasa sangat tergantung kepada sikap yang ditunjukkan dalam melayani pelanggan

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan 6 orang pelanggan *S Laundry* peneliti dapat menyimpulkan bahwa karyawan *S Laundry* secara konsisten menunjukkan sikap yang ramah, baik dan sopan dalam melayani pelanggan. Hal ini memberi pengalaman positif dan nyaman bagi pelanggan. *S Laundry* berupaya memberikan pelayanan terbaik dengan menunjukkan sikap yang ramah dan sopan pada semua pelanggannya. Dampak positif dari sikap ini adalah pelanggan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali menggunakan jasa di *S Laundry*.

2. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah keterampilan dan pengetahuan tertentu yang diperlukan untuk menunjang pelaksanaan pelayanan prima, yang menunjukkan pemahaman karyawan dibidang kerjanya sehingga memudahkan berkomunikasi dan menjelaskan kepada pelanggan. (Atep Adya Barata : 2003). Kemampuan berkaitan dengan wawasan, pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki karyawan. Penyampaian yang baik dan jelas mengenai prosedur *laundry* merupakan salah satu kemampuan yang harus dikuasai karyawan.

Berdasarkan hasil dilapangan dengan wawancara kepada pelanggan *S Laundry* dapat diketahui

bahwa karyawan memiliki penguasaan materi yang kuat, mampu menjelaskan informasi kepada pelanggan dengan mudah dan rinci. Dampak positif dari pemahaman ini menghasilkan komunikasi yang efektif sehingga pelanggan dapat memahami setiap informasi yang diberikan.

3. Perhatian (*Attention*)

Perhatian penuh yang difokuskan pada pelanggan, baik berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan ataupun pemahaman terkait saran dan kritik dari pelanggan (Atep Adya Barata: 2003). Perhatian merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan. Bentuk perhatian dengan menunjukkan sikap mendahulukan keinginan pelanggan dan melayani dengan cepat dan baik.

Berdasarkan teori dan hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa pelayanan dari karyawan S *Laundry* sudah baik, perhatian karyawan dalam mendengarkan dan mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan pelanggan sudah baik. Karyawan juga memberikan perhatian dengan mengingat dan mengenali kebutuhan pelanggannya sehingga pelanggan tidak perlu lagi menjelaskan.

4. Tindakan (*Action*)

Adalah kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. (Atep Adya Barata: 2003). Tindakan yang dilakukan untuk memberi layanan terbaik ialah mencatat setiap pesanan pelanggan, mencatat kebutuhan, mewujudkan kebutuhan dan menghindari kesalahan pada proses pengerjaan.

Dari hasil wawancara dengan pelanggan S *Laundry*, tindakan karyawan sudah baik. Pelanggan tidak pernah mengalami kesalahan atau masalah pada proses pelayanan dan hasil *laundry* yang diberikan sesuai prosedur. Karyawan merespon dengan cepat kebutuhan pelanggan, saat ada pelanggan karyawan dengan sigap melayani.

5. Tanggung jawab (*Accountability*)

Yaitu sikap keberpihakan dalam mengutamakan kebutuhan pelanggan sebagai bentuk rasa empati kepada pelanggan. Sikap tanggung jawab yang baik akan meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan. Penyelesaian pesanan yang sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan merupakan tanggung jawab yang harus diberikan kepada pelanggan. (Atep Adya Barata: 2003)

Berdasarkan hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan S *Laundry* menyelesaikan pesanan sesuai dengan prosedur yang ada dan tergolong cepat dalam proses pengerjaan pesanan. Hasil *laundry* disukai pelanggan, S *Laundry* menyelesaikan kerja sesuai dengan prosedur dengan meminimalkan kesalahan dan sesuai dengan waktu yang disepakati dengan pelanggan.

6. Penampilan (*Appearance*)

Suatu citra diri yang terpancar pada diri seseorang sebagai sarana komunikasi diri dengan orang lain. Dalam konteks usaha *laundry*, penampilan tidak hanya merujuk pada citra fisik karyawan. Pada bisnis jasa yang menghasilkan produk seperti *laundry*, pengertian penampilan diperluas dengan mencakup hasil akhir yang diterima oleh pelanggan. Bagi pelanggan *laundry*, hasil pakaian yang bersih, rapi dan wangi adalah bukti nyata dari kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan teori dan fakta yang ada di lapangan, diketahui hasil *laundry* sangat memuaskan konsumen. Hasil yang bersih, rapi dan wangi kemudian dibungkus dengan rapi membuat pelanggan puas dengan hasil dari S *Laundry*.

Peneliti juga menanyakan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan alasan pemilihan S *Laundry* disaat banyaknya usaha yang serupa. Hasil di lapangan pelanggan merasa puas

dan senang dengan pelayanan dan hasil yang diterima dari *S Laundry*. Pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, puas terhadap hasil *laundry* yang bersih, dilipat dengan rapi dan wangi. Hasil *laundry* yang dikemas dengan rapi sehingga menambah kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian, peneliti memiliki keselarasan dengan hasil peneliti terdahulu dari Nadia Kamila (2022) yang menyatakan penerapan pelayanan prima pada usaha akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini menguatkan teori konsep pelayanan prima dari Atep Adya Barata (2003). Penelitian lainnya dari Nurul Musyayadah (2023), penerapan pelayanan prima pada usaha akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan pola yang serupa dengan penelitian Gusti Muhammad Hidayatullah (2024) yang menyatakan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan penerapan pelayanan prima pada *S Laundry* menciptakan citra positif kepada pelanggan, pelanggan menjadi percaya dan dengan mudah memilih menggunakan kembali jasa yang diberikan.

Ditengah persaingan yang semakin ketat pelanggan memilih mempercayakan pakaiannya pada *S Laundry* karena keramahan pelayanan yang diberikan, tempat yang strategis dekat dengan jalan yang banyak dilalui sehingga mudah ditemukan, ketersediaan lahan parkir yang luas, tempat yang bersih dan rapi, harga yang kompetitif sesuai dengan standar dan hasil *laundry* yang cepat. Pelanggan menyarankan nantinya akan tersedia jasa antar jemput *laundry* sehingga memudahkan bagi mereka yang bekerja. Saran lainnya mempertahankan kepercayaan pelanggan dan selalu mengedepankan kualitas pelayanan.

Strategi penerapan pelayanan prima pada usaha *S Laundry* merupakan sebuah cara atau metode yang digunakan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar dapat memenuhi bahkan melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan dihargai. Dengan diterapkannya strategi pelayanan prima dapat memberikan pengalaman positif kepada pelanggan yang akan mempercayakan pakaiannya pada *S Laundry*, yang berdampak pada citra usaha yang baik dimata pelanggan untuk meningkatkan pangsa pasar dan persaingan usaha, menunjang loyalitas pelanggan dan berdampak pada pendapatan usaha.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pelayanan prima pada *S Laundry* di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan penerapan strategi pelayanan prima di *S Laundry* sudah baik dan memberi pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan dan pertumbuhan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 6 orang pelanggan *S Laundry* dapat disimpulkan karyawan *S Laundry* berusaha memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik pada pelanggan. Karyawan melayani pelanggan dengan sikap yang baik dan ramah agar pelanggan nyaman dan puas. Kemampuan komunikasi dan penjelasan karyawan yang efektif sehingga mudah dipahami

Karyawan memberikan perhatian baik kepada pelanggan, dengan mendengarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat mengalami kekeliruan, hasil *laundry* diselesaikan dengan baik sesuai dengan prosedur. Tanggung jawab pada pengerjaan yang sesuai dengan prosedur dan penyelesaian pesanan yang tergolong cepat.

Penampilan hasil *laundry* memberi kepuasan kepada pelanggan. Hasil *laundry* yang bersih, dilipat dengan rapi dan pewangi yang awet serta pengemasan yang rapi. Pelanggan *S Laundry* merasa puas dengan pelayanan dan hasil *laundry* yang diberikan. Faktor kompetitif dari usaha ini ialah tempat

yang strategis sehingga mudah ditemukan, tempat yang bersih dan rapi, serta penggunaan teknologi dalam penyampain informasi melalui *WhatsApp* yang memudahkan konsumen.

Dari penelitian ini pokok-pokok pikiran yang dikembangkan ialah pentingnya kesadaran dan penerapan kualitas pelayanan khususnya usaha dibidang jasa. Ditengah bisnis yang semakin kompetitif, setiap usaha harus memberikan deferensiasi dari pesaingnya, salah satu upayanya dengan menerapkan strategi pelayanan prima. Pelanggan yang merasa nyaman, dihargai dan mampu memenuhi kebutuhan akan secara langsung berdampak pada meningkatnya kepercayaan pelanggan yang juga berdampak pada loyalitas pelanggan pada suatu usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatah, R. (2016) 'Clean and Care Laundry', *Pengertian Laundry* [Preprint]. Available at: [http://repository.radenfatah.ac.id/10016/3/BAB III.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/10016/3/BAB%20III.pdf).
- Hidayatullah, G.M. (2024) 'Penerapan Pelayanan Prima Pada Mal Pelayanan Publik Kabupaten Hulu Sungai Utara', *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), pp. 1219–1229. Available at: <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2407>.
- Kamalia, N. (2022) 'Penerapan Pelayanan Prima dalam Mempertahankan Loyalitas Jemaah Umrah di PT. Talbia Bina Seksama Jakarta Selatan tahun 2022', *Repository.Uinjkt.Ac.Id* [Preprint].
- Laurena, D.J. (no date) 'Adln - perpustakaan universitas airlangga', pp. 1–31.
- Mukhamad Fathoni, M.P.I. (2019) *Teknik Pengumpulan Data Penelitian, Jurnal Keperawatan*.
- Pandawangi.S (2021) 'Metodologi Penelitian', *Journal information*, 4, pp. 1–5.
- Rika Widianita, D. (2023) 'PENERAPAN SERVICE EXCELLENT DALAM MEMPERTAHAKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA GUBUK LAUNDRY KEDIRI', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), pp. 1–19.
- Sukmadinata, N.S. (2011) 'Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosadakarya', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 32–41. Available at: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiurcbc4avyAhWLbn0KHGXGZDtUQFnoECACQAQ&url=https%253A%252F%252Fspace.uui.ac.id%252Fbitstream%252Fhandle%252F123456789%252F17205%252F05.3%252520bab%2525203.pdf%253Fsequ>.
- Ummah, M.S. (2019) 'METODELOGI PENELITIAN', *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), p. 12. Available at: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.