



ANALISIS KUALITAS JASA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL (STUDI PADA JOSS LAUNDRY JATINANGOR)

Nadira Adinda Putri Asmara¹, Tetty Herawaty², Dian Fordian³ (*)

¹⁻³Universitas Padjadjaran, Bandung

Abstract

Service quality encourages the formation of strong bonds between customers and companies. Customer satisfaction is achieved when their expectations and needs are consistently met through the services provided. This research was conducted at Joss Laundry Jatinangor. To understand and meet customer expectations, the SERVQUAL method was used to measure the gap between customer expectations and perceptions across five dimensions of service quality. The study was also supported by validity and reliability tests to ensure the accuracy of the data. Out of 20 attributes analyzed, 9 were found to have negative gap values, indicating that customer perceptions were still below their expectations. The largest negative gap was identified in the attribute of timeliness in service completion, with a gap value of -0.35. Based on these findings, it is recommended that Joss Laundry Jatinangor prioritize improvements in service timeliness and conduct regular evaluations of other negatively scored attributes. Enhancing operational efficiency and providing employee training are essential steps to improve overall service quality and maintain customer satisfaction.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, SERVQUAL, Kepuasan Pelanggan, Penatu

Juli – Desember 2025, Vol 14 (2) : hlm 247-259
©2025 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.
All rights reserved.

(*) Korespondensi: nadira21005@mail.unpad.ac.id (N.A.P.Asmara), tetty@unpad.ac.id (T. Herawaty), d.fordian@unpad.ac.id (D.Fordian)

PENDAHULUAN

Dinamika sosial dan ekonomi di Indonesia, yang didorong oleh urbanisasi dan peningkatan partisipasi angkatan kerja, telah mendorong permintaan akan layanan pendukung yang mengedepankan efisiensi dan kemudahan (*convenience*) (Tampubolon et al., 2025). Hal ini menjadikan sektor jasa sebagai pilar penting dan responsif dalam lanskap ekonomi modern. Pertumbuhan di sektor ini tidak hanya mencerminkan peningkatan aktivitas ekonomi, tetapi juga menunjukkan adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks (Suryahani et al., 2024). Salah satu lapangan usaha yang menunjukkan tren pertumbuhan konsisten adalah “Jasa Lainnya”, dengan kontribusi terhadap PDB yang terus meningkat dari tahun 2021 hingga 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023). Pertumbuhan ini secara signifikan didorong oleh Aktivitas Jasa Perorangan, di mana industri *laundry* komersial menjadi salah satu penggerak utamanya dengan laju pertumbuhan mencapai 3,47% per tahun (Novita, 2024), diperkuat oleh meningkatnya ekspektasi kebersihan pascapandemi (Kahfi, 2023).

Di Provinsi Jawa Barat, yang merupakan pusat industri *laundry* terbesar di Indonesia (Smartcrapers, 2024), model bisnis kemitraan telah menjadi strategi kompetitif untuk ekspansi. Fenomena ini diwakili oleh pertumbuhan pesat Joss Laundry. Meskipun baru memulai ekspansi masif pada tahun 2020, Joss Laundry berhasil mencapai 29 *outlet* dalam waktu singkat, menyamai bahkan melampaui jumlah cabang pemain lama seperti Simply Fresh Laundry dan Mr. Klin Laundry yang telah beroperasi jauh lebih lama.

Meskipun demikian, pertumbuhan yang agresif melalui model kemitraan ini membawa tantangan yang tak terhindarkan terkait standarisasi dan kontrol kualitas yang merata di seluruh jaringan demi menjaga reputasi merek. Dengan banyaknya cabang yang beroperasi, memastikan setiap lokasi memberikan pengalaman layanan yang konsisten menjadi hal yang penting. Untuk mengevaluasi hal ini dari perspektif pelanggan, analisis ulasan daring yang diberikan oleh pelanggan dapat menjadi salah satu sumber data yang berharga untuk dianalisis. Oleh karena itu, disajikan analisis komparatif ulasan dari beberapa cabang Joss Laundry pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. Perbandingan Ulasan Cabang Joss Laundry (Oktober 2024 – Maret 2025)

Cabang	Jumlah <i>Rating Review</i>	Jumlah Rata-Rata	Jumlah Keluhan	% Keluhan dari Total <i>Review</i>	Jenis Keluhan Terbanyak
Jatinangor	30	4,1	6	20%	Keterlambatan dan pakaian yang masih bernoda.
Bandung (Antapani)	27	4,6	2	7%	Tidak wangi dan tidak bersih.
Garut (Karangpawitan)	47	4,9	1	2%	Pakaian yang telah dicuci belum kering sehingga menimbulkan bau.

Cabang	Jumlah <i>Rating Review</i> Rata-Rata		Jumlah Keluhan	% Keluhan dari Total <i>Review</i>	Jenis Keluhan Terbanyak
Bandung (Cipamokolan)	12	5	0	0%	-
Cimahi	24	4,2	4	17%	Kurang wangi.
Sumedang	26	4,3	4	15%	Pakaian yang telah dicuci masih terlihat kusut.
Garut	66	4,5	6	9%	Baju hilang.
Tasikmalaya	37	4,4	5	14%	Pakaian hilang dan rusak.

Sumber: Data Olahan Peneliti, Google Review (2025).

Berdasarkan data pada Tabel 1, kinerja cabang Jatinangor menunjukkan perbedaan yang mencolok. Cabang ini memiliki persentase keluhan pelanggan yang tinggi, yaitu sebesar 20%. Angka ini sangat kontras jika dibandingkan dengan cabang berkinerja baik seperti Garut (Karangpawitan) yang hanya mencatatkan 2% keluhan. Perbedaan kinerja yang besar ini mengindikasikan bahwa standar kualitas layanan belum diterapkan secara merata di seluruh jaringan Joss Laundry.

Secara spesifik, keluhan utama yang teridentifikasi di cabang Jatinangor adalah keterlambatan penyelesaian dan pakaian yang masih bernoda. Hal ini menunjuk pada adanya potensi masalah mendasar dalam manajemen waktu dan proses operasional pencucian. Permasalahan ini justru menjadi perhatian khusus karena terjadi di sebuah lokasi strategis seperti kawasan pendidikan Jatinangor, di mana permintaan dari segmen mahasiswa dan akademisi sangatlah tinggi. Kegagalan memberikan layanan terbaik di pasar yang potensial ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peluang pasar dengan kualitas layanan yang diberikan di lapangan.

Untuk mempertajam analisis fenomena ini, perbandingan kinerja Joss Laundry Jatinangor tidak hanya dilakukan secara internal antar cabang, tetapi juga secara eksternal dengan para kompetitor langsung di kawasan Jatinangor. Kawasan pendidikan ini memiliki pasar *laundry* yang sangat kompetitif, di mana banyak usaha *laundry* lokal maupun waralaba bersaing untuk merebut segmen pasar mahasiswa dan pekerja.

Tabel 2. Perbandingan Kompetitif Usaha Laundry di Jatinangor

Nama Laundry		Rating	Jumlah Ulasan	Keunggulan Utama (dari Ulasan)
Joss Laundry (Waralaba)	Jatinangor	4,5	67	Pelayanannya baik dan ramah, banyak promo
Laundry Club (Waralaba)	Jatinangor	5	309	Bersih, wangi, pelayanan yang cepat
Cuci in Laundry (Lokal)	Hegarmanah	5	22	Murah dan bersih
Cucikeun (Lokal)		5	14	Antar jemput gratis

Nama Laundry	Rating	Jumlah Ulasan	Keunggulan Utama (dari Ulasan)
HD Laundry Jatinangor (Lokal)	4,9	64	Murah dan bersih
Mr. Joe (Lokal)	5	27	Murah dan antar jemput gratis
Laundry Express Berkah (Lokal)	5	29	Pelayanan yang ramah dan pengerjaan cepat
Care Laundry 269 (Lokal)	4,8	49	Bersih dan wangi tahan lama

Sumber: Data Olahan Peneliti, Google Maps (2025).

Berdasarkan perbandingan pada Tabel 2, terlihat adanya kesenjangan kinerja (*performance gap*) antara Joss Laundry Jatinangor dengan para kompetitor utamanya. Joss Laundry, meskipun merupakan merek waralaba, memiliki *rating* rata-rata 4,5 yang secara signifikan lebih rendah dibandingkan para pemain lokal seperti Care Laundry 269 (4,8) dan Laundry Express Berkah (5) yang justru mendapatkan ulasan sangat positif terkait aspek fundamental seperti kebersihan, aroma, dan ketepatan waktu.

Untuk menganalisis permasalahan kualitas jasa yang telah diidentifikasi, penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL. Prinsip utama metode SERVQUAL adalah mengidentifikasi kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterima dengan ekspektasi (harapan) mereka terhadap layanan ideal. Analisis kesenjangan ini dilakukan secara komprehensif pada lima dimensi utama kualitas jasa, yaitu *Reliability* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan), *Tangible* (Bukti Fisik), *Empathy* (Empati), dan *Responsiveness* (Daya Tanggap). Sehingga melalui metode ini dapat diketahui harapan dan kepuasan pelanggan terhadap jasa tersebut (Bachtiar et al., 2022).

Bordoloi et al. (2023) mengemukakan bahwa para penulis model kesenjangan kualitas jasa (*service quality gap model*) mengembangkan skala *multi-item* yang disebut SERVQUAL untuk mengukur lima dimensi kualitas jasa (*reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness*). Dalam instrumen SERVQUAL terdapat pernyataan harapan dan juga pernyataan persepsi yang sesuai. Pelanggan diminta untuk mencatat tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan mereka yang dimulai dari "Sangat Setuju" hingga "Sangat Tidak Setuju".

Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Bachtiar et al., (2022) mengenai analisis kualitas jasa menggunakan SERVQUAL pada jasa transportasi terminal Maulana Malik Ibrahim yang menggunakan lima dimensi SERVQUAL yaitu *responsiveness*, keamanan, bukti fisik, empati, dan *reliability* dan didapatkan 5 atribut untuk dilakukan perbaikan sehingga melalui metode SERVQUAL ini perusahaan dapat meningkatkan fitur yang menurut pelanggan kurang memuaskan sehingga dapat memenuhi asumsi pelanggan dan dengan cepat mengatasi kekecewaan sebelumnya. Penelitian lainnya dilakukan oleh Omari, (2021) mengenai penilaian layanan kesehatan dari perspektif pasien di lima rumah sakit swasta di Damaskus menggunakan model SERVQUAL dengan lima dimensi kualitas jasa diterapkan untuk mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan pasien terhadap kualitas

layanan kesehatan. Kontribusi utama dari studi ini adalah memberikan bukti empiris bahwa SERVQUAL dengan lima dimensi terbukti merupakan instrumen yang andal dan valid untuk mengukur dan menganalisis kualitas jasa kesehatan di Suriah.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian bertujuan untuk menganalisis kualitas jasa Joss Laundry Jatinangor dengan menggunakan metode SERVQUAL, melalui perbandingan antara persepsi dan harapan pelanggan, sehingga dapat diketahui dimensi pelayanan yang sudah sesuai maupun yang masih perlu ditingkatkan.

METODE

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Joss Laundry Jatinangor. Menurut data yang didapatkan dari pengurus atau penanggung jawab Joss Laundry cabang Jatinangor, jumlah pelanggan dari awal berdiri pada Oktober 2023 sampai Desember 2024 adalah sebanyak 4.471 pelanggan. Berdasarkan Slovin (1960), dalam Hermawan & Amirullah (2016), maka ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{4.471}{1 + 4.471 (0,1)^2} = 97,81 \sim 98$$

Hasil perhitungan jumlah sampel minimal menunjukkan angka 97,81, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Keputusan ini didasarkan pada dua pertimbangan utama. Pertama, sebagai langkah mitigasi untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang tidak kembali atau tidak terisi dengan benar, sehingga memastikan sampel efektif yang dapat dianalisis tetap berada di atas batas minimal yang telah dihitung. Kemudian Fraenkel et al. (2023) menjelaskan bahwa untuk penelitian deskriptif, sampel dengan jumlah minimum 100 responden dianggap esensial untuk menghasilkan temuan yang dapat diandalkan.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data primer. Kuesioner ini dirancang dan diadaptasi berdasarkan kerangka konseptual dari metode SERVQUAL yang bertujuan untuk mengukur variabel utama yaitu kualitas jasa. Secara spesifik, kuesioner ini memiliki struktur dua bagian untuk setiap item pernyataan: satu bagian untuk mengukur tingkat harapan (ekspektasi) pelanggan terhadap bagaimana layanan seharusnya diberikan, dan satu bagian lagi untuk mengukur tingkat persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang diterima secara aktual. Operasionalisasi dari variabel kualitas jasa, yang dijabarkan menjadi lima dimensi beserta indikator-indikatornya, disajikan secara rinci pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel

Variabel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Kode
Kualitas jasa merupakan kemampuan suatu perusahaan atau organisasi untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang konsisten, dapat diandalkan, dan reponsif (Bordoloi et al., 2023).	Tangibles	Penampilan fisik outlet laundry	Ordinal	T1
		Kebersihan outlet laundry		T2
		Kondisi peralatan laundry		T3
		Penampilan karyawan		T4
	Reliability	Ketepatan waktu		R1
		Ketepatan layanan		R2
		Konsistensi hasil cucian		R3
				R4
	Responsiveness	Kecepatan dalam menanggapi pertanyaan		RES1
		Kecepatan dalam menanggapi keluhan		RES2
		Kesediaan karyawan dalam merespons permintaan		RES3
		Kemampuan memberikan informasi tentang layanan dengan jelas		RES4
	Assurance	Kompetensi untuk melaksanakan layanan		A1
		Penghormatan terhadap pelanggan		A2
		Komunikasi yang efektif dengan pelanggan		A3
		Prioritas kepentingan pelanggan		A4
	Empathy	Pendekatan yang ramah		E1
		Kepekaan terhadap pelanggan		E2
		Kemampuan memahami kebutuhan khusus pelanggan		E3
		Jam operasional yang nyaman		E4

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL sebagai kerangka utama untuk mengevaluasi kualitas jasa. Prinsip dasar metode ini adalah mengukur kesenjangan (*gap*) antara persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual layanan dengan harapan (ekspektasi) mereka terhadap layanan yang ideal.

Sebelum melakukan analisis kesenjangan SERVQUAL, instrumen kuesioner yang digunakan terlebih dahulu diuji kelayakannya melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk memastikan setiap item pernyataan benar-benar mengukur konstruk yang seharusnya. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Rank Spearman* dikarenakan lebih cocok untuk jenis data ordinal atau data yang tidak berdistribusi normal. Pengujian validitas dibantu dengan menggunakan SPSS27. Berikut adalah rumus *Spearman Rank Correlation*:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

r_s = koefisien korelasi

d_i = selisih dari pasangan rank ke-i

n = banyaknya pasangan rank

Kriteria keputusan uji validitas sebagai berikut:

- Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- Jika $r < 0,30$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten) (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *internal consistency reliability* yang menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik hubungan antara item-item dalam instrumen penelitian dengan rumus berikut ini.

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

n = jumlah butir pertanyaan

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap pertanyaan

St = varians skor total

Perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS. Adapun interpretasi hasil dari uji reliabel ini yaitu jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka reliabel atau konsisten. Sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka suatu kuesioner dikatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Jika Alpha pada berada pada kisaran 0,7 dianggap dapat diterima, dan yang di atas 0,8 dianggap baik (Sekaran & Bougie, 2016). Setelah instrumen terbukti valid dan reliabel, analisis dilanjutkan dengan menghitung skor kesenjangan SERVQUAL untuk setiap atribut layanan, yang didasarkan pada rumus perhitungan perbedaan antara persepsi dan ekspektasi berikut ini:

SERVQUAL = Skor Persepsi – Skor Ekspektasi

Interpretasi dari perhitungan tersebut, jika nilai kesenjangan (Q) = 0 ($P=E$) atau $P>E$ yang menunjukkan nilai positif maka dapat dikatakan kualitas layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan jika nilai kesenjangan negatif ($P<E$) maka dikatakan kualitas layanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dapat diawali dengan profil dan karakteristik responden yang relevan dengan penelitian.

Analisis karakteristik responden dilakukan untuk memetakan profil demografis subjek penelitian secara komprehensif. Pemahaman terhadap latar belakang responden ini esensial untuk memberikan konteks interpretatif terhadap temuan penelitian. Karakteristik yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan layanan.

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan dominasi perempuan, namun dengan proporsi yang relatif seimbang dengan responden laki-laki. Komposisi pasar yang berimbang ini mengidentifikasi bahwa strategi layanan Joss Laundry Jatinangor perlu bersifat inklusif untuk melayani kedua segmen secara efektif.

Dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang 16 hingga 25 tahun. Temuan ini berkorelasi kuat dengan karakteristik pekerjaan, di mana mayoritas responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Kedua data demografis ini secara konsisten menegaskan bahwa profil utama pelanggan selaras dengan karakteristik Jatinangor sebagai sebuah kawasan pendidikan yang didominasi oleh populasi akademis muda.

Analisis dilakukan terhadap 20 atribut layanan yang terbagi dalam lima dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan gambaran kinerja yang dualistik: terdapat beberapa aspek yang menunjukkan keunggulan signifikan, namun di sisi lain, teridentifikasi pula kekurangan mendasar pada dimensi-dimensi fundamental.

Tabel 4. Hasil Analisis SERVQUAL

Atribut	Persepsi	Ekspektasi	Gap Score	Peringkat
T1	4,45	4,51	-0,06	9
T2	4,58	4,57	0,01	10
T3	4,73	4,7	0,03	12
T4	4,72	4,5	0,22	20
R1	4,38	4,73	-0,35	1
R2	4,59	4,48	0,11	17

Atribut	Persepsi	Ekspektasi	Gap Score	Peringkat
R3	4,54	4,45	0,09	16
R4	4,58	4,51	0,07	14
RES1	4,51	4,6	-0,09	8
RES2	4,49	4,59	-0,1	7
RES3	4,56	4,7	-0,14	5
RES4	4,49	4,75	-0,26	2
A1	4,58	4,45	0,13	18
A2	4,71	4,53	0,18	19
A3	4,52	4,64	-0,12	6
A4	4,52	4,67	-0,15	4
E1	4,68	4,67	0,01	11
E2	4,41	4,6	-0,19	3
E3	4,5	4,46	0,04	13
E4	4,65	4,57	0,08	15

Sumber: Data primer olahan peneliti (2025).

Temuan penelitian mengidentifikasi bahwa Joss Laundry Jatinangor memiliki kekuatan yang signifikan pada dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik), yang secara konsisten memperoleh penilaian kinerja tertinggi dari pelanggan. Secara spesifik, atribut penampilan karyawan T4 (gap +0,22), kondisi peralatan *laundry* T4 (gap +0,03), dan kebersihan gerai T2 (gap +0,01) menunjukkan kesenjangan positif. Observasi dan wawancara mengonfirmasi bahwa penggunaan seragam yang rapi, kondisi peralatan yang terawat baik, serta kebersihan *outlet* menjadi faktor utama yang diapresiasi pelanggan. Keunggulan ini sejalan dengan teori bahwa bukti fisik yang prima merupakan *tangible cue* yang efektif dalam membangun persepsi kualitas (Bordoloi et al., 2023). Fasilitas yang menarik secara visual sangat penting untuk kepuasan pelanggan, dan ketidakhadiran hal tersebut menyebabkan ketidakpuasan (Kermanshachi et al., 2022).

Selain itu, beberapa atribut dari dimensi *Assurance* (Jaminan) dan Empati juga menunjukkan kinerja yang melampaui harapan. Atribut penghormatan terhadap pelanggan A2 (gap +0,18) dan kompetensi karyawan dalam melaksanakan layanan A1 (gap +0,13) menjadi keunggulan yang menonjol. Pelanggan melalui wawancara mengungkapkan rasa percaya terhadap keahlian teknis karyawan dan merasa sangat dihargai. Begitu pula pada dimensi Empati, kesesuaian jam operasional E4 (gap +0,08) dan pendekatan yang ramah E1 (gap +0,01) dinilai telah memenuhi ekspektasi pelanggan. Sejalan dengan penelitian oleh Firdaus & Surianto (2024) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dibangun atas sikap karyawan yang ramah, sopan, dan selalu menyapa dengan senyum, serta pentingnya karyawan dalam mendengarkan dengan seksama, memberikan penjelasan yang sopan, dan bersikap transparan, yang semuanya merupakan faktor pembangun rasa nyaman dan kepercayaan bagi pelanggan.

Prioritas perbaikan tertinggi terletak pada dimensi *Reliability* (Keandalan), khususnya pada atribut ketepatan waktu penyelesaian layanan R1 (gap -0,35). Kesenjangan negatif yang sangat besar ini menunjukkan bahwa kinerja aktual secara substansial belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan yang sangat tinggi terhadap janji layanan. Wawancara dengan pelanggan dan konfirmasi dari manajemen mengungkapkan bahwa masalah ini berakar pada keterbatasan kapasitas operasional (jumlah mesin cuci) dan ketidaksinkronan antara notifikasi penyelesaian dengan kesiapan aktual produk. Kurangnya keandalan (*lack of dependability*) dalam konteks keterlambatan ini menyebabkan disrupsi yang tidak hanya pada biaya dan waktu tetapi juga merusak kualitas waktu operasional (*quality of the operation's time*) (Slack et al., 2022). Dengan menjaga konsistensi dalam memenuhi waktu yang dijanjikan, perusahaan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka (Suseno et al., 2024).

Selanjutnya, dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) secara keseluruhan menunjukkan kinerja yang bermasalah, di mana seluruh atributnya memiliki kesenjangan negatif. Atribut kemampuan memberikan informasi dengan jelas RES4 (gap -0,26) menjadi yang paling kritis. Wawancara menunjukkan bahwa meskipun informasi dasar tersampaikan, karyawan seringkali terlihat ragu atau kurang komprehensif saat menghadapi pertanyaan yang lebih kompleks. Hal ini diperparah oleh kekurangan pada atribut kesediaan merespons permintaan RES3 (gap -0,14), kecepatan menanggapi keluhan RES2 (gap -0,10), dan kecepatan menanggapi pertanyaan RES1 (gap -0,09). Temuan ini menegaskan bahwa kegagalan dalam memberikan informasi yang jelas berisiko membuat seluruh upaya daya tanggap menjadi tidak berarti di mata pelanggan (Aferiyanti et al., 2023).

Kesenjangan negatif signifikan lainnya juga ditemukan pada dimensi *Empathy* dan *Assurance*. Atribut kepekaan terhadap pelanggan E2 (gap -0,19) menunjukkan bahwa karyawan dinilai baik dalam melaksanakan instruksi eksplisit, namun kurang mampu menangkap kebutuhan implisit atau urgensi emosional pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan pada atribut prioritas kepentingan pelanggan A4 (gap -0,15), di mana karyawan cenderung berpegang pada prosedur standar daripada menunjukkan fleksibilitas untuk memenuhi kebutuhan unik pelanggan. Kegagalan pada kedua aspek yang saling terkait ini menjadi sangat krusial, mengingat penelitian oleh Demirel (2022) yang mengungkapkan bahwa dampak dimensi kualitas layanan seperti kepercayaan, kepekaan, dan antusiasme terhadap kepuasan pelanggan bersifat positif.

Hasil analisis ini memberikan gambaran yang jelas bagi manajemen Joss Laundry Jatinangor. Temuan dualistik ini mengimplikasikan adanya dua fokus strategis. Pertama, intervensi pada proses operasional internal harus menjadi prioritas utama untuk mengatasi masalah fundamental terkait ketepatan waktu dan meningkatkan kapasitas. Kedua, perlunya peningkatan kapabilitas *soft skills* karyawan melalui pelatihan yang terstruktur untuk memperbaiki seluruh aspek pada dimensi Daya Tanggap dan beberapa elemen penting Empati, seperti kepekaan dan pemahaman terhadap pelanggan. Di sisi lain, keunggulan yang terbukti pada dimensi *Tangibles* dan sebagian *Assurance* merupakan aset berharga yang perlu distandarisasi

dan dikomunikasikan sebagai nilai jual utama untuk memperkuat posisi kompetitif Joss Laundry Jatinangor.

KESIMPULAN

Kualitas layanan yang telah diberikan Joss Laundry Jatinangor secara umum dipersepsikan sebagai layanan yang memiliki fondasi yang kuat dan banyak keunggulan, namun masih memiliki kelemahan signifikan pada beberapa area operasional inti. Analisis kualitas jasa dengan metode SERVQUAL berhasil mengidentifikasi kesenjangan negatif yang signifikan pada beberapa dimensi layanan fundamental, khususnya pada *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), dan *Empathy* (Empati). Temuan ini secara tegas menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan pada aspek-aspek esensial tersebut belum sepenuhnya dipenuhi oleh kinerja aktual layanan. Prioritas utama yang harus dievaluasi oleh Joss Laundry Jatinangor adalah pada atribut ketepatan waktu yang memiliki kesenjangan negatif SERVQUAL terbesar, yaitu -0,35. Analisis kualitas jasa yang telah dilakukan menunjukkan temuan bahwa dimensi *Tangible* mendapatkan penilaian kinerja tertinggi dari pelanggan. Keunggulan ini mengindikasikan bahwa aspek-aspek fisik layanan dipersepsikan secara positif dan menjadi titik kekuatan utama layanan yang dievaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aferiyanti, E., Pandjaitan, D. R., & Nabila, N. I. (2023). Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction Kia Laundry Study In Kampung Baru, Bandar Lampung. *Proceedings Conference on Economics and Business Innovation*, 3(1), 905–917.
- Bachtiar, M., Ismiyah, E., & Rizqi, A. W. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Jasa Transportasi Terminal Maulana Malik Ibrahim. *Jurnal Teknik Industri*, 8(2), 362–368.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Distribusi Persentase Produk Domestik Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha, 2023*.
- Bordoloi, Sanjeev., Fitzsimmons, J. A. ., & Fitzsimmons, M. J. . (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw Hill.
- Demirel, D. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Digital Age: Customer Satisfaction Based Examination of Digital CRM. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), 507–531. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.15328>

- Firdaus, M. F., & Surianto, Moh. A. (2024). Service Quality Analysis at Carwash 99 Garage. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2687–2696. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2961>
- Fraenkel, J. R. ., Wallen, N. E. ., & Hyun, H. H. . (2023). *How to Design and Evaluate Research in Education* (11th ed.). McGraw Hill.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *METODE PENELITIAN BISNIS Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Husjakarsih, I., Narulita, R., Rosiadi, A., & Pertiwi, R. P. (2020). *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia 2020* (Y. A. Sanjaya & D. Haryanto, Eds.). Badan Pusat Statistik.
- Joss Laundry. (2024). *Profil Perusahaan* . Josslaundry.Id.
- Kahfi. (2023, October 5). *Bisnis Clean & Laundry Makin Berkembang, Asosiasi Gelar Pameran Tahunan Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Bisnis Clean & Laundry Makin Berkembang, Asosiasi Gelar Pameran Tahunan*. Ekonomibinis.Com.
- Kermanshachi, S., Nipa, T. J., & Nadiri, H. (2022). Service Quality Assessment and Enhancement Using Kano Model. *PLoS ONE*, 17(2 February). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264423>
- Khaerunnisa, S., & Nursyamsiah, S. (2023). Pengembangan Layanan Ramah Lingkungan pada Perusahaan LaundryIronMomdi Cirebon Jawa Barat. *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8249–8258.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku.
- Mun'im, A., Yunita, Nursaskiawati, M. A., & Lestari, W. P. (2024). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2020-2024* (Vol. 7).
- Notiska. (2025). 7 Rekomendasi Franchise Laundry Murah dan Terlaris 2025. *Redaksiku.Com*.
- Novita, A. (2024, October 24). Bisnis Laundry di Indonesia Mencapai 3,47 Persen per Tahun, Bisa Jadi Passive Income. *Disway.ID*.
- Omari, F. (2021). Measuring gaps in healthcare quality using SERVQUAL model: challenges and opportunities in developing countries. *Measuring Business Excellence*, 25(4), 407–420. <https://doi.org/10.1108/MBE-11-2019-0104>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). Wiley. www.wileypluslearningspace.com
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2022). *Operations Management* (10th ed.). Pearson.

- Smartcrapers. (2024). *List of Laundry services in Indonesia*. Smartcrapers.
- Smartcrapers. (2024). *List of Laundry services in West Java*. Smartcrapers.
- Suryahani, I., Nurhayati, & Gunawan, R. S. (2024). *Dinamika Global Perekonomian Indonesia* (Efitra, Ed.; 1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suseno, A. P., Febriansyah, & Azmy, A. (2024). Implementation Of Service Excellence In The Field Of Laundry Services To Customer Satisfaction In Aa Laundry Cikarang. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 6(2), 811–820. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i2>
- Tampubolon, D., Abas, S., Atmajaya, U., Nuryati, Rineliana, Syofya, H., Mustam, Djumakking, H., & Harjoni. (2025). *Dinamika Pertumbuhan Ekonomi* (P. P. Putra, Ed.). CV. Rey Media Grafika.
- Yusdi, A., Callo, H., & Yusuf, S. (2024). Analisis Pendapatan Usaha Jasa Laundry Di Kecamatan Mamuju. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 763–771.