

Analisis kualitas pelayanan terhadap profitabilitas usaha bisnis “laundry” (studi kasus : Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

Novita Sari¹ Purnama Ramadani Silalahi², Khairina Tambunan³

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : novitasari16390@gmail.com¹ · Purnamaramadani@uinsu.ac.id² ·
khairinatambunan@uinsu.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap profitabilitas usaha laundry. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa/i UINSU yang pernah menggunakan jasa laundry. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner terhadap informan sesuai dengan permasalahan yang diteliti dengan memberikan dasar pernyataan kepada responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, metode penelitian ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai apa adanya atau hasil penelitian yang mendeskripsikan objek secara ilmiah, factual dan sistematis. Penelitian ini menggunakan alat koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS for windows. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara nilai R-square yang besarnya 0,285 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap profitabilitas (Y) usaha bisnis laundry sebesar 28,5% . Artinya variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh sebesar 28,5% . Sedangkan sisanya (28,5% - 100%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Pelayanan, profitabilitas, usaha bisnis*

PENDAHULUAN

Bisnis laundry adalah suatu badan usaha yang menawarkan jasa dalam hal pencucian dan pengeringan pakaian dengan metode-metode khusus. Menurut Ellys Comelia S. (2008) terdapat faktor dalam pengembangan kualitas layanan di usaha laundry yaitu kondisi persaingan, banyak perusahaan menawarkan barang atau jasa yang sama, dengan sedikit sekali atau hamper tidak ada perbedaan barang atau jasa antar perusahaan, baik yang berasal

dari dalam negeri maupun luar negeri, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sama. Kemajuan teknologi, dimana memberikan peluang bagi inovasi dan pengembangan barang atau jasa secara terus-menerus. Tahapan perekonomian yang membuat pemasaran dihadapkan pada kondisi masyarakat yang semakin makmur, sehingga menuntut tawaran-tawaran yang lebih berkualitas. Dan sejarah masyarakat yang membuat sebagian masyarakat telah atau sedang baralih menjadi masyarakat yang berbasis pengetahuan terhadap kemajuan teknik dan teknologi di dalam usaha bisnis laundry.

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu dan sosial. Setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatanbisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Saat ini, konsep kualitas layanan telah menjadi faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu usaha. Kualitas layanan sangat dibutuhkan terutama di industri jasa mengingat konsumennya mempunyai keiinginan yang selalu ingin dipenuhi dan dipuaskan karena jasa mempunyai karakteristik yang unik seperti *Intangibility* dan *Inseparability*. Menurut Griffin dan Ebert (2007) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba. Konsumen selalu mengaharapkan untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari para penyedia jasa dalam pelayanan laundry termasuk mahasiswa mereka ingin dilakukan secara *profesional* serta memperoleh sesuatu sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Tantangan utama yang dihadapi oleh industri jasa dalam hal ini jasa laundry adalah bagaimana memadukan pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu tidak mengherankan jika kepuasan konsumen total (*total customer satisfaction*) menjadi tujuan utama (*dominan goal*) maka, tidak mengherankan apabila loyalitas pelanggan merupakan acuan dalam dunia bisnis.

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjipto (2016:157) terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dapat dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service* maka kualitas pelayanan dipersepsikan negative atau buruk. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan sifatnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Adapun menurut Rambat Lopiyoadi dan Hamdani (2016:183) mengungkapkan apabila kualitas pelayanan

yang diterima konsumen lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan maka , konsumen cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan yang bersangkutan. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa yang lebih baik dan mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih baik, bahkan lebih buruknya konsumen atau nasabah akan menyebabkan word of mouth negative.

Kajian Teoritis

1. Variabel X

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Menurut Kotler, 2019). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan , kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Sedangkan menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen.

Dimana secara teori, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, yaitu jika R-hitung lebih dari R-tabel maka dikatakan valid. Namun jika R-hitung lebih kecil dari R-tabel maka dikatakan tidak valid. Indikator yang telah diuji pada variabel X yang nilai korelasi pearson tiap indikator lebih besar disbanding R-tabel dengan $N = 65$ yaitu sebesar 0,244 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator X itu valid.

2. Variabel Y

Profitabilitas, profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu. Sedangkan definisi menurut Hery (2015 : 227) pengertian profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.

Secara teori profitabilitas variabel Y yang nilai pearson tiap indikator lebih besar dibanding dengan R-tabel dengan N= 65 yaitu sebesar 0,330 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator Y itu valid.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang pernah menggunakan jasa bisnis laundry. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 responden yang merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa laundry. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan pengumpulan data primer yakni dengan cara menyebarkan kuisioner dengan daring (online) orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menggunakan jasa laundry. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer. Didalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang diperlukan, yakni : *Data primer*, adalah data yang didapat dari pihak pertama secara langsung. *Data sekunder*, adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau pihak ketiga.

Hasil penelitian dan pembahasan

Uji Validitas

Indikator		R Tabel Df = n-2	Pearson Correlation	Keterangan
X		0,244	0,742	Valid
Y		0,330	0,697	Valid

Pada tabel diatas bahwa, Variabel X yaitu kualitas pelayanan dikatakan valid karena $> 0,244$. dan begitupun dengan variabel Y dikatakan valid karena $>$

Keterangan :

Jika R-hitung lebih dari R-tabel maka dikatakan valid. Namun jika R-hitung lebih kecil dari R-tabel maka dikatakan tidak valid. Dapat dilihat bahwa dari semua indikator yang telah diuji baik Variabel X ataupun Y nilai korelasi pearson tiap indikator lebih besar

dibanding dengan R-tabel dengan N = 65 yaitu sebesar 0,244 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator X1-X6 dikatakan valid. Begitupun Variabel Y yang nilai pearson tiap indikator lebih besar disbanding dengan R-tabel dengan N = 65 yaitu sebesar 0,330 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator Y1-Y5 dikatakan valid .

Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
X	0,733	6
Y	0,568	5

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan pernyataan pada variabel dalam penelitian dinyatakan reliable karena memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 dan dapat diolah lebih lanjut.

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.788	2.285		3.408	.001
	Kualitas Pelayanan	.449	.090	.534	5.011	.000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Nilai prob. T_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas usaha pada Bisnis Laundry.

Dari tabel diatas, nilai R-square yang besarnya 0,285 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap profitabilitas usaha Bisnis Laundry sebesar 28,5%. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 28,5%. Sedangkan sisanya (28,5%-100%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.788	2.285	3.408	.001
	Kualitas Pelayanan	.449	.090	.534	.000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Diketahui nilai constant (a) sebesar 7,788 sedangkan nilai Kualitas pelayanan (b/koeffisien regresi) sebesar 0,449, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,788 + 0,449X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- Konstanta sebesar 7,889 , mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Profitabilitas adalah sebesar 7,889
- Koeffisien variabel X sebesar 0,449 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai kualitas pelayanan , maka nilai profitabilitas bertambah sebesar 0,449 . koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah Positif.

Pengambilan keputusan dalam Uji Regresi Linier Sederhana

- Berdasarkan nilai signifikansi : dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Profitabilitas (Y).
- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t_{hitung} sebesar $5,011 > t_{tabel} 1,998$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel profitabilitas (Y).

Catatan : cara mencari t_{tabel}

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 65-1-1) \\ &= (0,025 ; 63) \\ &= 1,998. \end{aligned}$$

Dengan pelayanan yang baik, seperti keramah-tamahan, kebersihan, kenyamanan, dan responsive itu dapat meningkatkan profitabilitas suatu usaha bisnis.

Kesimpulan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan dan penjelasan hasil penelitian yang berkaitan dengan analisis kualitas pelayanan terhadap profitabilitas usaha bisnis laundry (studi kasus : mahasiswa/I dapat diambil beberapa kesimpulan :

Bahwa dari semua indikator yang diuji baik variabel X maupun Y yang nilai korelasi pearson tiap indikator lebih besar disbanding dengan R-tabel dengan $N = 65$ yaitu sebesar 0,244 adalah valid. Dan begitupun dengan variabel Y yang nilai korelasi pearson tiap indikator lebih besar dari R-tabel dengan $N = 65$ yaitu sebesar 0,330 adalah valid. Berdasarkan tabel variabel X dan Y menunjukkan bahwa secara keseluruhan pada variabel dalam penelitian dinyatakan realibel karena memiliki nilai cronbach's alpha $>0,60$ dan dapat diolah lebih lanjut. Berdasarkan uji T bahwa nilai prob t_{hitung} dari variabel kualitas pelayan (X) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap usaha bisnis laundry.

Saran

Tentunya masih banyak kekurangan terhadap penelitian ini, bagi peneliti lain hendaknya melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas usaha bisnis laundry karena hasil penelitian kualitas pelayanan dan profitabilitas memberikan kontribusi sebesar 71,5% sehingga perlu dicari faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha bisnis laundry diluar kualitas pelayanannya.

Daftar pustaka

- Ariyanto, Mochammad Rizky, and Setiawan Setiawan. "ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEBERHASILAN FRANCHISE THE CLEAN BAR DI KOTA SIDOARJO." *iqtishadEQUITY* 3.2 (2021): 337-352.
- Dhiyaulhaq, Nashiruddin, and H. Popo Suryana. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN (Survei Pada Jamaah Umroh Dan Haji PT. Karya Imtaq Tahun 2019)*. Diss. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas, 2021.
- Hadibrata, Natalia Ekawati. *PERAN DINAS LINGKUNGAN HIDUP DALAM PERLINDUNGAN KUALITAS AIR TANAH DAR! KEGIATAN USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN JEBRES KOTA SURAKARTA*. Diss. UAJY, 2019.
- Hanafi, M. Muhammad, *Manajemen Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Kedua*, Penerbit : BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2003.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Luthfi, Mochtar. "Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Usaha Bisnis "Laundry"." *Journal of Business Administration Sciences (JBAS)* 1.1 (2018): 49-64.
- Munawir, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta : Liberty, 2007.
- Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, BPFE : Yogyakarta, 2007.
- Sentosa, Roby, Laura Lahindah, and Linda Gandajaya. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT PADA MODERN LAUNDRY CIREBON." *Bina Ekonomi* 25.1 (2021): 76-94.
- Suwarso, S. "Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi PGRI Jember)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4.2 (2018): 98-107.