

## ANALISIS PEMANFAATAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA INFORMASI DALAM PELAYANAN LAUNDRY (STUDI KASUS PADA CLEAN LAUNDRY)

Oleh:  
<sup>1</sup>Yoeliastuti, <sup>2</sup>Faridah

<sup>1,2</sup> Politeknik LP3I Jakarta, Administrasi Bisnis  
Gedung Sentra Kramat Jl. Kramat Raya No. 7-9 Jakarta Pusat 10450

Email : yoeliastuti72@gmail.com<sup>1</sup>, idaf4200@gmail.com<sup>2</sup>

---

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the use of WhatsApp as an information medium in providing services at Clean Laundry. The need for laundry businesses to maintain quality and customer satisfaction amidst intense competition has encouraged them to leverage technological advances by adopting the internet. Business activities supported by internet technology create innovative ways to win in today's market. This research used a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques included observation and in-depth interviews. The results indicate that WhatsApp serves as the primary communication tool for receiving orders, confirming laundry status, promoting services, and handling complaints. The use of features such as chat, photos, and status updates facilitates relationships and fosters customer trust. After-sales service is provided as a follow-up to provide compensation for complaints, strengthening customer loyalty. Challenges in using WhatsApp include high chat volume and internet connection interruptions, which require improved communication management strategies.*

**Keywords :** *Whatsapp, Information, Service, Laundry*

---

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penggunaan WhatsApp sebagai media informasi dalam memberikan layanan di Clean Laundry. Kebutuhan bisnis laundry untuk menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang ketat mendorong mereka untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mengadopsi internet. Aktivitas bisnis yang didukung oleh teknologi internet menciptakan cara-cara inovatif untuk memenangkan pasar saat ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp berfungsi sebagai alat komunikasi utama untuk menerima pesanan, mengonfirmasi status laundry, mempromosikan layanan, dan menangani keluhan. Penggunaan fitur-fitur seperti obrolan, foto, dan pembaruan status memfasilitasi hubungan dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Layanan purna jual diberikan sebagai tindak lanjut untuk memberikan kompensasi atas keluhan, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan. Tantangan dalam penggunaan WhatsApp antara lain volume obrolan yang tinggi dan gangguan koneksi internet, yang memerlukan strategi manajemen komunikasi yang lebih baik.

**Kata Kunci:** *WhatsApp, Informasi, Layanan, Laundry*

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pelayanan terhadap suatu bisnis sangat penting sebagai strategi dalam meraih profit. Bisnis yang berkembang saat ini begitu pesat baik dibidang produk maupun jasa. Bisnis dibidang jasa yang saat ini cukup berkembang pesat salah satunya jasa laundry. Banyaknya pebisnis yang menjalankan usaha laundry menimbulkan persaingan yang berdampak pada iklim persaingan yang ketat, hal ini mendorong pelaku bisnis laundry menciptakan keunggulan atas bisnis tersebut.

Keunggulan yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis laundry dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Memasuki era 2000an, perkembangan teknologi dan digitalisasi semakin mempengaruhi industri laundry di Indonesia yang berkembang pesat baik di kota maupun di desa. Kehadiran teknologi internet sangat mendukung lancarnya suatu bisnis yang dijalankan seperti jasa layanan laundry . Dijelaskan oleh Tamimi, Sebastianelli & Rajan dalam (Rusdiono, 2019) bahwa kegiatan bisnis yang didukung oleh teknologi internet merupakan cara baru dalam memenangkan pasar di dunia cyber seperti *e\_business (electronic business)* dan *e\_commerce (electronic commerce)*

Di era digital ini, usaha laundry tidak lagi dapat mengandalkan metode pemasaran tradisional seperti menyebarkan brosur dan memasang spanduk untuk menjangkau pelanggan potensial. Kehadiran online yang kuat akan menjadi kunci untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Masyarakat di era digital ini lebih memilih untuk menggunakan jasa laundry yang telah terintegrasi dengan aplikasi digital. Pemilik usaha laundry perlu memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasarannya. Menurut Widada dalam (Yusuf et al., 2023) media sosial merupakan media internet yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pengguna dalam rangka pemenuhan kebutuhan komunikasi. Media sosial merupakan platform yang efektif untuk membangun *brand awareness* dan *engagement* dengan pelanggan. Platform yang relevan dengan usaha laundry dapat memanfaatkan kehadiran instragram, facebook, tiktok dan whatsapp.

Kehadiran media sosial sangat membantu masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dengan aktivitas yang cukup sibuk menyebabkan perubahan dalam gaya hidup dan kepraktisan dalam menjawab kebutuhan pribadinya. Kebutuhan mendasar yang dimiliki oleh manusia salah satunya adalah berpakaian. Kesibukan masyarakat saat ini terkadang membuat masyarakat tidak sempat untuk mencuci dan menyetrika pakaiannya. Usaha laundry yang dibangun oleh pelaku bisnis bertujuan memberikan solusi yang praktis dan efisien dalam perawatan pakaian bagi masyarakat baik untuk keperluan sehari-hari maupun khusus. Layanan laundry yang semakin terjangkau dan efisien membantu masyarakat dalam menghemat waktu dan tenaga sehingga dapat fokus pada aktivitas lain yang lebih produktif.

Digitalisasi telah menjadi salah satu pendorong utama dalam pertumbuhan bisnis laundry di Indonesia tak terkecuali di wilayah Condet. Peningkatan pertumbuhan laundry di wilayah Condet khususnya Balekambang dibuktikan dengan banyaknya usaha laundry saat ini. Salah satu usaha laundry yang menjalankan usahanya dengan memanfaatkan teknologi digital yaitu Clean Laundry. Clean Laundry memanfaatkan platform whatsapp sebagai sarana menjembatani komunikasi dengan pelanggan. Pelanggan cukup menyampaikan pesan melalui media Whatsapp apabila ada keperluan untuk laundry, pemilik siap memberikan pelayanan antar jemput. Sebelumnya jasa layanan laundry masih bersifat konvensional dengan sistem manual yang dijalankan, sehingga konsumen kesulitan dalam mendapatkan informasi tentang usaha laundry, sistem pelayanan dan jasa yang ditawarkan.

Dalam penelitian sebelumnya terkait dengan sistem informasi berbasis online yang disoroti dalam penelitian Rohmah dan Voutama dalam (Arkanda & Fithri, 2024) menyatakan dengan dirancangnya sistem informasi laundry berbasis web dan diterapkannya sistem tersebut memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dan tingkat kesalahan manusia dapat dikurangi dan stok barang secara real time dapat dilacak. Dijelaskan pula dalam penelitian Anindya & Iva Mindhayani, 2021 yaitu analisis kepuasan pelanggan De Laundry dengan menggunakan metode *customer satisfaction index* dan *service quality* bahwa dengan adanya metode tersebut tingkat kepuasan konsumen dan pelanggan pada De Laundry sebesar 80%, artinya pelanggan puas dengan layanan yang diberikan. Berdasarkan perbedaan dari penelitian sebelumnya, yang bertujuan ingin mengetahui manfaat penggunaan aplikasi whatsapp sebagai media informasi yang didasarkan pada dimensi Layanan jasa Clean Laundry.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pelayanan

Agar setiap usaha yang dijalankan sesuai dengan harapan, perlu pemberian pelayanan yang terbaik dengan selalu memperhatikan kualitasnya. Seperti dijelaskan oleh Sembiring dalam (Riyadin, 2019) kualitas pelayanan merupakan besaran perbedaan antar kenyataan terhadap harapan yang diterima pelanggan.

Menurut (Sartono, 2001) pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud dan terjadi perubahan milik apabila ditawarkan kepada pihak lain. Ada 5 (lima) indikator pelayanan yang dijelaskan oleh Parasuraman dalam (Bago et al., 2022) yaitu adanya bukti fisik (*tangibility*), suatu kemampuan dari pihak eksternal sebagai bentuk eksistensinya. Kemampuan dan tampilan fisik yang diwujudkan dalam fasilitas fisik seperti: gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan termasuk teknologi dan pegawai; keandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan terpercaya berdasarkan janji. Kinerja yang diberikan sesuai harapan konsumen seperti ketepatan waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan kecermatan; peka terhadap suatu kebijakan dalam membantu dan melayani dengan cepat dan tepat, informasi disampaikan dengan jelas, kualitas pelayanan yang ditunggu dalam persepsi negatif konsumen; garansi (*assurance*), kemampuan dalam pengetahuan dan kesopanan, keramahan yang dimiliki karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen; serta empathy yaitu kemampuan perusahaan dalam berkomunikasi yang diberikan kepada personal.

### Laundry

Usaha laundry saat ini menjadi suatu peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Di era yang serba cepat dan praktis, kebutuhan manusia juga perlu dikelola dengan efektif. Pengelolaan laundry yang baik akan berdampak pada pelayanan kepada pelanggan. Pelanggan akan loyal menggunakan jasa laundry apabila didukung oleh fasilitas dan kesiapan para pegawai dalam menangani permintaan pelanggan.

Laundry adalah suatu usaha dalam bidang jasa, khususnya mencuci dan menyetrika baju. Dijelaskan oleh (Laili Nur Amalia, 2008) laundry merupakan suatu usaha pada bidang jasa dalam kegiatan cuci setrika, dan laundry kiloan dengan sistem pembayaran didasarkan pada berat material yang dilaundry. Laundry kiloan terlebih dahulu akan ditimbang sebelum di bawa petugas laundry. Menurut (Setiawan, 2013) mengatakan bahwa laundry adalah semua proses kegiatan mencuci baik untuk operasional maupun tamu hotel merupakan tugas dan tanggung jawab bagian housekeeping. Jenis pencucian yang dilakukan terdiri dari 2

(dua) jenis yaitu laundry normal dan dry cleaning. Laundry normal merupakan proses mencuci yang mempergunakan air, bahan kimia, mesin cuci atau tangan sebagai proses mencuci untuk menghilangkan kotoran dan noda. Sama seperti laundry normal, dry cleaning merupakan proses mencuci hingga kotoran dan noda hilang, hanya saja menggunakan bahan kimia solvent dan mesin khusus sebagai sarannya.

### **Whatsapp**

Di era digital saat ini, pemasaran berkembang begitu dinamis dan mengalami perubahan. Kehadiran media sosial seperti whatsapp memberikan dampak yang positif dalam pemberian informasi terutama dalam kegiatan pemasaran. Aplikasi whatsapp memiliki banyak fungsi, sebagai aplikasi pesan instan yang memudahkan pengguna berkomunikasi melalui pesan teks, panggilan suara dan video. Selain itu, whatsapp juga dapat membagikan file, foto, video dan dokumen. Fungsi whatsapp dalam bisnis dapat digunakan juga untuk menawarkan fitur seperti profil bisnis, pesan otomatis dan katalog produk.

Menurut Firmansyah et.,al dalam (Koten et al., 2022) mengatakan whatsapp merupakan media sosial yang penggunaannya paling sering dilakukan oleh banyak masyarakat di Indonesia. Fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi whatsapp memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain. Adapun fitur yang terdapat dalam aplikasi whatsapp antara lain: pesan teks yang memiliki kemampuan untuk mengirim pesan tanpa biaya; panggilan suara dan video, fitur ini membantu pengguna dalam berkomunikasi jarak jauh dengan biaya yang lebih murah; file sharing digunakan untuk mengirim gambar, video, dokumen dan berbagai file lainnya; grup chat memudahkan pengguna berkomunikasi secara kelompok; keamanan whatsapp adanya fitur dimana pesan yang dikirimkan antara pengguna tidak dapat dijangkau oleh pihak lain dan fitur *whatsapp web* dengan menyediakan aplikasi web bagi pengguna dengan mengakses pesan melalui *browser web*.

Secara keseluruhan, whatsapp merupakan aplikasi *chatting* yang sangat populer dengan banyak kelebihan antara lain; kemudahan dalam penggunaan, keamanan, gratis, multi platform, fitur kaya, adanya grup chat, berbagi media, tidak ada iklan, dapat diandalkan dan memiliki popularitas tinggi. Banyaknya keuntungan yang diberikan whatsapp menjadikan aplikasi ini menjadi pilihan banyak orang di dunia termasuk Indonesia. Selain kelebihan, whatsapp juga memiliki kelemahan diantaranya terbatasnya jumlah anggota grup, terbatas pengiriman file dan ketergantungan koneksi internet.

### **Informasi**

Sekumpulan pesan/data atau fakta yang diproses dan olah sedemikian rupa sehingga tercipta sesuatu yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi penerima dinyatakan sebagai sebuah informasi, yang dapat ditemukan dalam format dan bentuk apa pun di media cetak ataupun media online. Informasi dikatakan sebuah data apabila berfungsi atau dapat digunakan. Dijelaskan Rusma dalam (Sari, 2018) ada 4 (empat) ciri-ciri informasi yang berkualitas, yaitu;

1. Akurat: informasi yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Diuji beberapa orang yang berbeda namun hasilnya sama maka dikatakan akurat.
2. Tepat waktu: informasi sesuai.. dengan waktu dibutuhkan.
3. Relevan: informasi.. sesuai dengan kebutuhan
4. Lengkap: informasi yang diberikan. utuh.

Kualitas informasi mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Informasi yang baik membantu seseorang dalam meningkatkan pengetahuan dalam memahami berbagai topik. Adanya informasi yang tepat, memudahkan individu beradaptasi pada suatu perubahan dan menentukan langkah-langkah agar tetap relevan dalam berbagai aspek kehidupan.

### **Analisis SWOT usaha laundry**

Bisnis laundry membutuhkan Analisis SWOT yang merupakan suatu metode untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkait dengan usahanya. Adanya analisis SWOT, pemilik laundry dapat memahami posisi bisnis mereka secara menyeluruh baik dari dalam maupun luar, sehingga pemilik laundry dapat menyusun strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan yang akan datang.

Faktor dari dalam dan luar mempengaruhi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Kekuatan dan kelemahan yang datangnya dari dalam meliputi pelayanan; kualitas layanan., teknologi yang digunakan, tenaga kerja dan sistem operasional perusahaan. Faktor dari luar antara lain: perkembangan pasar, tren industri., persaingan, peraturan pemerintah dan kondisi ekonomi. Dijelaskan oleh Rangkuti dalam (Khasandra, 2013) bahwa analisis SWOT ialah pengidentifikasian terhadap faktor yang dirumuskan sebagai strategi perusahaan dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang yang secara bersamaan memperkecil kelemahan dan ancaman.

Kekuatan usaha laundry terletak pada pelayanan yang unggul diantaranya hasil kerja yang memuaskan, cucian bersih, pelayanan karyawan ramah dan harga yang dapat bersaing dengan laundry lain. Sementara untuk kelemahan yang ada, dapat diatasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu mengadopsi aplikasi yang mudah digunakan oleh masyarakat. Selama ini usaha laundry hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, namun dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi baik, promosi dapat dilakukan melalui media berbasis *online* yaitu aplikasi whastapp.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dikemukakan oleh (Bungin, 2003) adalah suatu cara ilmiah guna memperoleh data sesuai tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah diartikan sebagai aktivitas penelitian yang rasional, empiris dan sistematis sesuai dengan ciri-ciri keilmuan. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan studi kasus. Teknik yang dilakukan dalam penelitian dengan pendekatan studi kasus melalui teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Menurut Creswell dalam (Arkandito et al., 2019) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menyelidiki gambaran sosial dan manusia dengan meneliti kata-kata, laporan dari responden dan studi mendalam.

Pengumpulan data dengan melakukan observasi secara sistematis terhadap gambaran yang diselidiki, wawancara dilakukan secara langsung dengan menggali informasi dari pemilik, pegawai dan pelanggan secara acak. Analisis data dijelaskan Sugiyono dalam (Seniartha, 2024) proses pencarian dan penyusunan dari wawancara, studi lapangan dan dokumentasi yang diorganisasikan ke dalam kategori dan dijabarkan dalam unit lalu disusun serta disimpulkan sehingga dapat dipahami dengan mudah.

### **PEMBAHASAN**

Bisnis laundry saat ini menjadi suatu peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan keuntungan terutama dari segi financial sehingga muncul bisnis ini dengan pesat. Para pelaku bisnis perlu menjaga kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Pelayanan yang baik sangatlah berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dijelaskan oleh Luthfi dan Haspita dalam (Adji et al., 2022) hal utama yang dapat diberikan

oleh usaha laundry dalam kepuasan konsumen adalah pelayanan yang baik, dengan memperhatikan dimensi kehandalan, responsive, insurance, empati dan keberwujudan.

Salah satu bisnis laundry yang ikut mengambil peluang ini adalah laundry yang dimiliki oleh Ibu Erna yang memulai bisnis laundry tahun 2019 sebelum pandemi. Clean laundry merupakan usaha perorangan yang memberikan penawaran jasa mencuci pakaian satuan maupun kiloan; cuci kering, setrika, cuci setrika dan dry cleaning dan free antar jemput cucian. Menjalankan bisnis laundry tidaklah mudah terutama saat covid 19 karena pembatasan ruang gerak masyarakat untuk berinteraksi dengan orang lain. Hal inilah yang mendorong Clean laundry menciptakan terobosan dengan memanfaatkan media sosial *WhastApp* dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat terutama pengguna jasa laundry.

Dijelaskan Rahartri dalam (Koten et al., 2022) whatsapp, aplikasi yang menggunakan internet sebagai media komunikasi paling mudah dan populer saat ini yang didesain untuk digunakan pengguna dalam bertukar informasi dengan bermacam konten sesuai kebutuhan. Media whastApp yang digunakan dalam komunikasi ini memudahkan pelanggan untuk cuci laundry dimana hanya dengan mengirim pesan, pegawai laundry akan menjemput dan mengantar hasil cuci laundry. Pelayanan yang diberikan Clean laundry mengutamakan kepuasan konsumen dengan berpedoman pelayanan yang memuaskan.

Pemanfaatan whatsapp pada Clean laundry mencakup berbagai fungsi strategis, antara lain: pada tahap penerimaan pesanan, penyampaian bukti layanan, kegiatan promosi, kecepatan memberikan respon, transparansi proses dan pemberian *after sales service*. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap pemilik dan pelanggan Clean Laundry bahwa strategi yang dijalankan telah mengikuti prosedur yang baik. Berikut prosedur yang dijalankan Clean Laundry dalam memberikan pelayanannya.

1. Pada tahap penerimaan pesan

Clean laundry selalu tanggap dalam merespon pesan singkat yang dilakukan pelanggan, pelanggan merasa mendapat kemudahan dalam mengirim pesan singkat untuk menjemput cucian mereka. Salah seorang pelanggan mengatakan “saya cukup chat saja, cucian akan dijemput tanpa harus menelepon.” Dalam hal ini whatsapp dapat dijadikan media komunikasi dalam layanan sehari-hari.

2. Penyampaian bukti layanan

Sebagai bentuk pelayanan dari Clean laundry adalah memberikan bukti foto pakaian sebelum dan setelah dicuci. Seperti yang dikatakan pelanggan, “Foto dulu cucianya ya, untuk meyakinkan memang ada noda atau tidak. Bukti ini dapat meningkatkan kepercayaan dan menunjukkan kehandalan dari suatu pelayanan yang diberikan.

3. Promosi

Untuk meningkatkan target penjualan, hal yang dilakukan Clean Laundry yaitu melakukan promosi dengan memanfaatkan fitur status whatsapp untuk menampilkan potongan harga, promo gratis dan penawaran khusus. Seperti yang dikatakan salah seorang pelanggan jika ada promo, langsung kelihatan di status. Clean laundry berharap dengan promosi yang diupdate pada status whatsapp dapat meningkatkan daya tarik dan retensi pelanggan.

4. Kecepatan respon

Respon yang cepat dalam suatu pelayanan terlihat pada dimensi responsiveness. Dalam hal ini kecepatan respon yang diberikan Clean laundry adalah membalas dengan cepat chat pelanggan dalam kurun waktu kurang dari 5 (lima) menit, agar pelanggan merasa dihargai dan menimbulkan kepuasan.

5. Transparansi proses

Dalam pelayanan yang diberikan, pihak laundry memberikan nilai tambah dengan menginformasikan dateline pengiriman (pengantaran) cucian apabila sudah selesai.

Proses kerja yang dilakukan pegawai didokumentasikan untuk dishare ke pelanggan sehingga pelanggan mengetahui apabila cucian yang dilaundry sedang dicuci atau disetrika. Apabila pakaian yang dilaundry telah selesai dicuci setrika, pegawai akan membungkus dengan rapih dan mengirimkan bukti cucian telah selesai dilaundry lalu menginfokan kepada pelanggan akan segera mengantar hasil laundry.

#### 6. *After sales service*

Sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan, Clean laundry melakukan tindak lanjut terhadap kepuasan pelanggan dengan memberikan *after sales service*. Tindakan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang diterima pelanggan dan sebagai evaluasi atas kinerja Clean laundry. Pelayanan purna jual ini juga dibangun dalam menjaga loyalitas pelanggan dengan cara menangani keluhan yang dilakukan dengan sigap, sebagai contoh pelanggan pernah kehilangan salah satu pakaian dan memberitahukan kepada pemilik segera di respon dengan mengganti pakaian yang hilang tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap pelayanan yang dilakukan Clean laundry yang memanfaatkan WhatsApp tidak luput dari tantangan (kelemahan). Kendala yang dialami dalam pelayanan ini antara lain adanya volume chat yang tinggi terkadang membuat pesan pelanggan terlewat dan gangguan internet yang juga menjadi penghambat saat merespon chat pelanggan. Apabila terjadi hal seperti ini, pemilik laundry akan segera meminta maaf kepada pelanggan apabila jaringan sudah stabil.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan WhatsApp di Clean Laundry tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga strategi layanan yang meningkatkan kehandalan, kecepatan respon, transparansi, dan loyalitas pelanggan. Integrasi antara fungsi komunikasi, promosi, dan layanan purna jual menjadikan WhatsApp sebagai salah satu pilar utama dalam membangun kepuasan dan mempertahankan pelanggan.

Penggunaan whatsapp sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi dalam pelayanan laundry pada Clean Laundry sangat membantu usaha laundry dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Penggunaan whatsapp juga tidak luput dari kelemahan, adakalanya banyaknya chat yang

Dengan penggunaan aplikasi whatsapp diketahui hingga saat ini Clean laundry semakin banyak pelanggan yang menggunakan jasa cucinya. Jumlah pelanggan yang memakai jasa clean laundry menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan sebelum adanya media WhatsApp. Sesuai informasi yang disampaikan oleh pelanggan, mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh clean laundry diantaranya adanya whatsapp yang memberikan informasi terkait dengan usaha laundry seperti informasi antar jemput, promo, proses kerja pegawai dan jaminan yang diberikan. Kesigapan pihak laundry dalam chat pelanggan juga menjadi pertimbangan pelanggan memilih pelayanan laundry ini.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Adanya pemanfaatan whatsapp sebagai media informasi berperan secara signifikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Aplikasi whatsapp ini memberikan layanan yang cepat, transparan, responsif dalam menerima pesan, konfirmasi atas cucian, promosi sampai penanganan keluhan pelanggan. Integasi whatsapp dengan memperhatikan dimensi pelayanan menjadikan Clean laundry dapat mempertahankan kepercayaan sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan.

*After sales service* yang dijalankan Clean Laundry merupakan tindak lanjut dalam memberikan kepuasan pelanggan dengan cara menanggapi keluhan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Walau demikian, pemanfaatan whatsapp ini menjadi sebuah tantangan apabila terjadi gangguan internet yang mengakibatkan volume chat menumpuk. Secara keseluruhan, bahwa penggunaan whatsapp selain sebagai sarana komunikasi, juga sebagai suatu strategi bisnis yang dapat memberikan nilai tambah bagi bisnis laundry dari segi pelayanan, kepuasan pelanggan dan perluasan pangsa pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, S., Andesta, D., Ismiyah, E., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., Muhammadiyah, U., Jl, G., Gkb, S., & Artikel, J. (2022). E-ISSN : 2746-0835 Volume 3 No 1 ( 2022 ) JUSTI ( Jurnal Sistem Dan Teknik Industri ) "UPAYA PENINGKATAN KUALITAS. PELAYANAN JASA LAUNDRY BU MINI DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT ", E-ISSN : 2746-0835 Volume 3 . 3(1).
- Anindya, A. P., & Iva Mindhayani. (2021). "Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index, dan Service Quality". *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3954>.
- Arkanda, R. N. F., & Fithri, D. L. (2024). "Implementasi Sistem Informasi Pelayanan Jasa Laundry. Berbasis Web pada Track Laundry. *Journal of Information System Research (JOSH)*", 6(1), 761–768. <https://doi.org/10.47065/josh.v6i1.5968>.
- Arkandito, G. F., Maryani, E., Rahmawan, D., & Wirakusumah, T. K. (2019). "Komunikasi Verbal Pada Anggota Keluarga Yang Memiliki Anak Indigo.; *Jurnal Manajemen Komunikasi*", 1(1), 42–56. <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.9955>.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang". *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226.
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Khasandra, M. fide. (2013). "Analisis Swot Bisnis Laundry UD Rafa Lundry Klindocaredi Duri Provinsi Riau. *Journal of Chemical Information and Modeling*", 53(9), 1689–1699.
- Koten, F. P. N., Jufriansah, A., & Hikmatiar, H. (2022). "Analisis Penggunaan Aplikasi Whatsapp, sebagai Media Informasi dalam Pembelajaran: Literature Review". *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 14(1), 72–84. <https://doi.org/10.37640/jip.v14i1.1409>
- Laili Nur Amalia. (2008). "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penerapan Akad Ijarah Pada Bisnis Jasa Laundry (Studi Kasus Di Desa Kedung Rejo Kecamatan Muncar)". In

STAI DU. STAI DU.

- Riyadin. (2019). 330-744-1-Sm. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT KELUARGA BERENCANA, DI KECAMATAN PEKALONGAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR (STUDI KASUS PADA DESA PEKALONGAN)", *Riyadin*, 2 (April), 41–50.
- Rusdiono, R. (2019). "Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp - @antler.makeup". *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(2), 195–202. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i2.5356>.
- Sari, S. (2018). "Kegunaan Whatapps Sebagai Media Informasi dan Media Pembelajaran Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi STISIP Persada Bunda. *Medium*", 6(2), 16–26. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2408](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2408).
- Sartono, A. (2001). *Manajemen Keuangan; Teori dan Aplikasi* (empat). Penerbit BPFE.
- Seniartha, I. W. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Jasa Laundry di Denpasar Selatan*. 4, 112–121.
- Setiawan, B. (2013). *Laundry Secara Umum*. Modula.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annursejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*", 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.35580/jhp2m.v2i1.122>.