

Strategi Manajemen Inovasi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Cleanwash Laundromat Di Bandar Lampung

Abeliana Jayanti⁽¹⁾, Shiva Andara Putri⁽²⁾, Vicky F Sanjaya⁽³⁾

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Correspondence: abeliana16.04@gmail.com* | Submission Received : 28-11-2024; Revised : 03-12-2024;
Accepted : 08-12-2024; Published : 30-12-2024

Abstract

This study aims to analyze the implementation of innovation management strategies in increasing customer loyalty in the Cleanwash Laundromat service business in Bandar Lampung. Customer loyalty is a key factor in maintaining business sustainability, especially in the highly competitive service industry. This study uses a qualitative approach with a case study on Cleanwash Laundromat, where data was collected through interviews with owners, managers, and customers, as well as direct observation of the operational processes and innovations implemented. The results of the study show that Cleanwash Laundromat implements innovation in various aspects, including through the development of technology such as applications for ordering and payment, as well as improving service quality such as a fast and friendly service system. This innovation has been proven to increase customer satisfaction and create a more comfortable experience for customers. The innovation management strategy implemented has succeeded in increasing customer loyalty, which is reflected in a higher frequency of visits and recommendations from customers to others. This study provides a practical contribution for service business actors to understand the importance of innovation in building stronger and more sustainable relationships with customers, as well as increasing business competitiveness in an increasingly dynamic market.

Keyword: Innovation Management, Customer Loyalty

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis penerapan strategi manajemen inovatif dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha Cleanwash Laundromat di Bandar Lampung. Untuk menjaga kelangsungan usaha, terutama dalam industri jasa yang sangat kompetitif, loyalitas pelanggan merupakan komponen yang krusial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus Cleanwash Laundromat, dimana data dikumpulkan melalui wawancara dengan karyawan, manajer, dan pelanggan serta observasi diam-diam terhadap proses operasional dan inovatif yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cleanwash Laundromat menerapkan inovasi dalam sejumlah bidang, antara lain melalui pengembangan teknologi seperti aplikasi untuk pembayaran dan pengiriman serta peningkatan kualitas layanan seperti sistem pembayaran yang cepat dan efisien. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi mereka. Strategi manajemen inovatif yang diterapkan berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Manajemen Inovasi, Loyalitas Pelanggan

INTRODUCTION

Pola hidup masyarakat modern telah mengalami perubahan, permintaan akan layanan laundry sebagai solusi praktis untuk mengatur pakaian sehari-hari telah meningkat. Seiring berjalannya waktu, persaingan yang semakin tajam di dunia bisnis kini menjadi tantangan bagi setiap bisnis yang ingin berkembang. Karena persaingan yang meningkat dan jumlah kompetitor yang meningkat, bisnis harus terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan berusaha memenuhi ekspektasi pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih baik dan memuaskan dibandingkan dengan kompetitor. (Kelly, 2020)

Pengelolaan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam industri jasa. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan harus memberikan layanan yang unggul dan berkualitas, bukan hanya dari sudut pandang perusahaan. Bagi pelanggan, kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan mereka berasal dari layanan yang terorganisir dengan baik, yang pada akhirnya menciptakan persepsi positif. Penyedia layanan laundry tidak hanya harus memberikan layanan yang baik tetapi juga dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan untuk tetap eksis dan unggul dalam persaingan. Salah satu strategi yang efektif untuk mencapai hal ini adalah menerapkan manajemen inovasi.

Larsen, P and Lewis, A. (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuan berinovasi. Tanpa adanya inovasi, perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan adanya kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasa dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah, diperlukan adanya inovasi terus-menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya (Ridwan Basalamah, 2021).

Manajemen inovasi diperlukan karena dapat menghasilkan ide-ide terbaru sebagai antisipasi perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam dan dinamis. Strategi manajemen inovasi adalah serangkaian kebijakan dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan inovasinya. Strategi manajemen inovasi harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi perusahaan masing-masing. Perusahaan yang tidak melakukan strategi inovasi, akan berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Perusahaan tersebut akan lebih sulit untuk bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin ketat. (Ananda Muhamad Tri Utama, 2022)

Cleanwash Laundromat di Bandar Lampung adalah contoh bisnis laundry yang berhasil mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan yang ketat. Dengan berfokus pada penyediaan layanan yang lebih inovatif, Cleanwash Laundromat mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Namun, tantangan terbesar bagi perusahaan ini adalah membuat inovasi yang sesuai dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

Dalam penelitian (Rahmadani & Ningrum, 2023), Rara Laundry berhasil menarik minat calon pelanggan dengan menggunakan brosur dan media sosial untuk mempromosikan bisnis mereka. Pelanggan juga lebih setia dengan layanan antar jemput laundry pelanggan, yang sering disebut sebagai "delivery", tanpa biaya kirim tambahan. (Rahmadani & Ningrum, 2023)

Studi kasus ini bertujuan untuk mempelajari penggunaan manajemen inovasi dalam strategi mempertahankan loyalitas pelanggan di laundry Cleanwash. Diharapkan penelitian ini juga akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana inovasi dapat menjadi komponen penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan di industri laundry. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku usaha yang bekerja di industri laundry

LITERATURE REVIEW

Manajemen Inovasi

Manajemen adalah upaya mengelola inovasi agar perusahaan menghasilkan output yang unggul, bersaing, dan berkelanjutan dikenal sebagai manajemen inovasi. Manajemen inovasi diperlukan untuk memastikan bahwa ide-ide inovatif tidak akan digunakan karena disampaikan terlalu lambat atau terlalu cepat kepada pelanggan. Namun, situasi yang berbeda memerlukan pendekatan yang berbeda. Sistem yang sistematis, efektif, dan berkelanjutan memungkinkan pengelolaan inovasi yang efektif.

Dalam manajemen inovasi, implementasi proyek inovasi juga penting. Misalnya, membuat produk baru, memilih anggota tim mana yang harus ada, dan mengatasi masalah dan peristiwa tak terduga. (Septiana, 2020)

Strategi Manajemen Inovasi

Untuk memastikan bahwa inovasi diintegrasikan secara efektif ke dalam strategi bisnis mereka, perusahaan harus menggunakan strategi manajemen inovasi. Menurut Chesbrough(2003), strategi inovasi dapat meliputi kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti universitas atau perusahaan lain, untuk mengakses sumber daya tambahan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menciptakan inovasi. Selain itu, strategi ini juga mencakup pengembangan budaya inovasi di dalam organisasi, di mana karyawan didorong untuk berpikir kreatif dan mengusulkan ide-ide baru (Wahib & Susanto, 2024)

Loyalitas Pelanggan

Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan (Khair,2018). Strategi adalah perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi. Strategi merupakan cakupan organisasi secara ideal untuk jangka yang lebih panjang dan menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan yang berubah dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder (Triton, 2007). Jadi, strategi merupakan suatu rencana jangka panjang yang berfokus pada tujuan perusahaan disertai dengan menyesuaikan pendayagunaan alokasi sumber daya yang penting. Sehingga dapat dikatakan bahwa strategi disini adalah rencana jangka panjang suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan (Widiyanti & Yunita, 2022).

Hubungan antara perusahaan dan pelanggan dikenal sebagai loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan termasuk perilaku, seperti retensi pelanggan, di mana pelanggan membeli kembali produk merek tertentu saat ini daripada memilih merek pesaing atau menggunakan layanan merek saat ini daripada layanan pesaing. Loyalitas pelanggan juga termasuk sikap di mana penilaian pelanggan dan perasaan mereka tentang suatu produk, layanan, hubungan, merek, atau perilaku tertentu terjadi.

METHOD

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan fenomena dengan kata-kata dan bahasa. Selain itu, penelitian kualitatif mengutamakan konteks alami tertentu dan menggunakan berbagai pendekatan yang bersifat alami selama proses pengumpulan dan analisis data. Data yang dikumpulkan untuk penelitian

ini dikumpulkan melalui metode kajian literatur dari berbagai sumber yang dapat diandalkan, seperti Google Scholar dan media sosial resmi Cleanwash Laundromat. Pendekatan kualitatif mengumpulkan data deskriptif, yang berarti teks, cerita, atau uraian. Ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari makna, karakteristik, dan konstruksi dari objek yang mereka pelajari.

RESULTS AND DISCUSSION

Strategi Manajemen Inovasi di Cleanwash Laundromat

a. Pengenalan Sistem Pembayaran Digital

Sebagai bagian dari inovasi untuk mempermudah transaksi, Cleanwash Laundromat telah menerapkan sistem pembayaran digital yang memungkinkan pelanggan membayar layanan laundry dengan berbagai metode pembayaran elektronik, seperti dompet digital dan transfer bank. Sistem yang praktis dan aman ini mempercepat proses transaksi dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan Cleanwash.

b. Peningkatan Kualitas Produk dan Proses

Cleanwash Laundromat terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produknya. Ini termasuk mengubah deterjen, peralatan mesin cuci, dan metode pencucian yang digunakan. Dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan teknologi terbaru, Cleanwash memastikan hasil cucian terbaik dan kepuasan pelanggan. Selain itu, sebagai bagian dari strategi inovasinya, perusahaan menggunakan proses yang lebih hemat biaya dan ramah lingkungan. Ini memberinya keunggulan di pasar dibandingkan pesaingnya.

c. Strategi Pemasaran Digital

Selain itu, Cleanwash Laundromat menggunakan media digital untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Dengan menggunakan platform media sosial seperti Facebook dan Instagram, mereka dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan dan memberikan informasi tentang promosi dan layanan terbaru, serta menampilkan berbagai inovasi produk. Strategi pemasaran digital ini membantu Cleanwash memperoleh lebih banyak pelanggan dan berhubungan dengan pelanggan potensial.

Inovasi Layanan untuk Menjaga Loyalitas Pelanggan

a. Pengembangan Layanan Paket Ekspres dan Paket Drop off

Untuk memenuhi berbagai preferensi pelanggan, Cleanwash Laundromat menawarkan layanan paket ekspres dan drop off. Paket ekspres menarik pelanggan karena menjamin pengerjaan dan penyelesaian cucian dalam waktu cepat, biasanya dalam beberapa jam atau bahkan satu hari. Paket drop off memudahkan pelanggan karena mereka hanya perlu menyerahkan atau meninggalkan pakaian kotor mereka di laundry dan tidak perlu menunggu proses cuci langsung di lokasi. Cleanwash dapat melayani berbagai jenis pelanggan, baik individu maupun keluarga, berkat fleksibilitas yang diberikan oleh kedua pilihan layanan ini.

b. Program Loyalitas dan Reward bagi pelanggan

Ketika Cleanwash meluncurkan program loyalitas mereka, mereka menawarkan kupon yang mengandung sepuluh stiker yang dapat ditukar dengan satu koin cuci. Jika jumlah kupon yang dikumpulkan memenuhi jumlah stiker, pelanggan memiliki kesempatan untuk mendapatkan hadiah yang diundi oleh laundry. Selain program cleanwash di atas, Laundromat juga menawarkan program "Jumat Berkah", yang menawarkan minyak goreng gratis 220 mililiter untuk 300 ml. orang pertama dan berlaku di setiap cabang Cleanwash. Program ini mendorong pelanggan untuk terus menggunakan layanan Cleanwash dan membuat mereka merasa dihargai atas kesetiaan mereka.

c. Pemasaran yang Lebih Personal dan Responsif

Cleanwash dapat lebih dekat dengan pelanggan dengan menggunakan media sosial dan platform komunikasi lainnya. Mereka dapat menawarkan diskon atau promosi khusus yang sesuai dengan preferensi pelanggan dan cepat menanggapi kritik. Metode yang lebih dekat dengan pelanggan ini dapat meningkatkan hubungan dan membuat pelanggan merasa lebih diperhatikan dan dihargai.

Untuk menjaga keberlangsungan bisnis, setiap perusahaan harus memiliki strategi yang kuat untuk menarik pelanggan dan menjaga loyalitas mereka. Cleanwash Laundromat tidak hanya menyediakan layanan laundry berkualitas tinggi, tetapi juga mengembangkan berbagai inovasi layanan yang membuat pelanggan lebih mudah dan nyaman. Beberapa inovasi ini termasuk penerapan sistem pembayaran digital, peningkatan kualitas produk dan proses, serta strategi pemasaran digital. Selain itu, Cleanwash juga mengembangkan layanan seperti paket ekspres dan drop-off yang fleksibel, serta program loyalitas yang mendorong pelanggan untuk tetap setia. Cleanwash berusaha untuk mendukung pertumbuhan dan kelangsungan bisnisnya dengan mempererat hubungan dengan pelanggan,

menjaga kepuasan mereka, dan mendorong mereka untuk tetap setia dengan menggunakan pendekatan media sosial yang lebih personal dan responsif.(Soeratin, 2024)

Dampak Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Usaha Jasa Laundry Cleanwash Laundromat

Strategi Manajemen Inovasi dan Layanan untuk Menjaga Loyalitas Pelanggan di cleanwash laundromat antara lain sebagai berikut :

1. **Meningkatkan Kepuasan Pelanggan:** Cleanwash Laundromat telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memasukkan sistem pembayaran digital, yang membuat transaksi lebih mudah dan aman. Ini meningkatkan kepuasan pelanggan karena mereka dapat membayar dengan cara yang praktis, cepat, dan aman tanpa perlu membawa uang tunai atau antri lama.
2. **Meningkatkan Loyalitas Pelanggan:** Klien sekarang memiliki fleksibilitas yang lebih besar berkat inovasi layanan baru seperti paket ekspres dan drop-off. Cleanwash memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan memberikan layanan yang cepat dan efisien. Selain itu, program loyalitas Cleanwash dan hadiah seperti kupon yang dapat ditukar dengan hadiah mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan mereka lebih sering, menumbuhkan hubungan pelanggan yang lebih kuat.
3. **Peningkatan Efisiensi Operasional:** Cleanwash Laundromat mampu menjaga kualitas layanan tetap optimal dengan menggunakan teknologi terbaru dan produk berkualitas tinggi dalam proses pencucian. Proses yang lebih efisien dan ramah lingkungan juga mengurangi biaya operasional dan meningkatkan reputasi perusahaan.
4. **Peningkatan Jangkauan Pasar:** Cleanwash memanfaatkan strategi pemasaran digital melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk meningkatkan basis pelanggan, terutama generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial. Strategi ini juga meningkatkan interaksi langsung antara pelanggan dan Cleanwash, memungkinkan mereka untuk lebih cepat menanggapi keluhan atau pertanyaan pelanggan dan memberikan informasi tentang diskon atau layanan baru.

Hambatan:

1. **Keterbatasan Teknologi dan Infrastruktur:** Meskipun Cleanwash telah menggunakan pembayaran digital, beberapa pelanggan mungkin kesulitan menggunakannya, terutama mereka yang tidak familiar dengan dompet digital atau transfer bank. Ini dapat menjadi masalah bagi pelanggan yang lebih suka menggunakan metode pembayaran tradisional.

2. **Ketergantungan pada Media Sosial:** Pemasaran berbasis digital bergantung pada media sosial, yang dapat mengubah kebijakan atau algoritma yang memengaruhi interaksi dan jangkauan pelanggan. Dengan demikian, Cleanwash dapat menghadapi tantangan untuk menjaga kampanye pemasaran digital mereka tetap efektif.
3. **Persaingan yang Ketat:** Industri laundry sangat kompetitif, dan Cleanwash harus terus berinovasi untuk tetap unggul. Karena, meskipun mereka telah mengembangkan layanan baru, pesaing mereka di Bandar Lampung mungkin mengurangi pangsa pasar mereka.
4. **Keterbatasan Sumber Daya untuk Mengelola Program Loyalitas:** Jika program loyalitas dan reward seperti kupon dan hadiah tidak dikelola dengan baik, mereka dapat menjadi beban bagi bisnis. Cleanwash harus memastikan bahwa program tersebut tidak hanya menarik pelanggan tetapi juga efisien tanpa meningkatkan biaya.
5. **Keterbatasan Sistem Antar Jemput Laundry Pelanggan: Tidak adanya** sistem antar jemput laundry pelanggan, yang sering disebut sebagai "delivery" tanpa biaya tambahan ongkos kirim, yang mungkin dapat berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan.

Keberhasilan:

1. **Meningkatkan Citra Positif dan Daya Saing:** Cleanwash Laundromat berhasil meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan berfokus pada kualitas produk dan layanan. Cleanwash mengungguli pesaingnya dengan inovasi ramah lingkungan seperti penggunaan deterjen berkualitas tinggi dan proses yang efisien.
2. **Memperluas Jangkauan Pelanggan:** Cleanwash dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan menggunakan pemasaran digital yang efektif dan interaksi media sosial yang lebih personal.
3. **Program Loyalitas yang Efektif:** Program loyalitas Cleanwash, seperti kupon dan program "Jumat Berkah", telah terbukti menarik pelanggan dan meningkatkan frekuensi kunjungan dengan memberikan insentif kepada pelanggan selain memberi mereka rasa dihargai, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka.
4. **Efisiensi dalam Layanan:** Layanan baru seperti paket ekspres dan drop-off meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi waktu tunggu, membuat mereka lebih cenderung untuk kembali menggunakan layanan Cleanwash.

Secara keseluruhan, Cleanwash Laundromat telah melakukan banyak hal baru untuk meningkatkan kualitas layanan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, mereka juga menghadapi beberapa masalah yang harus mereka atasi untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang mereka.

CONCLUSION

Cleanwash Laundromat Bandar Lampung telah menerapkan strategi manajemen inovasi Untuk menghadapi persaingan ketat di industri laundry. Langkah-langkah seperti penerapan sistem pembayaran digital, penggunaan teknologi yang ramah lingkungan, dan promosi di media sosial telah meningkatkan layanan, kinerja operasi, dan kepuasan pelanggan. Layanan fleksibel seperti paket ekspres dan drop-off, serta program loyalitas seperti kupon dan "Jumat Berkah" meningkatkan kunjungan dan hubungan jangka panjang pelanggan. Meskipun demikian, masalah seperti infrastruktur pembayaran digital yang terbatas, kurangnya pengetahuan pelanggan tentang teknologi baru, dan potensi perubahan algoritma media sosial masih menjadi perhatian. Selain itu, karena persaingan yang semakin ketat, Cleanwash harus terus berinovasi untuk tetap unggul. Secara keseluruhan, telah terbukti bahwa strategi yang digunakan dapat meningkatkan reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, dan daya saing. Untuk mempertahankan keberlanjutan.

REFERENCES

- Ananda Muhamad Tri Utama. (2022). *Strategi Peningkatan Profitabilitas Warung Bakso Mie Ayam: Analisis Keuangan dan Pengelolaan Kerugian* 9, 356–363.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rahmadani, I. L., & Ningrum, N. K. (2023). Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Usaha Rara Laundry. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 44–59.
- Ridwan Basalamah, A. E. (2021). *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*. AE Publishing. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=6Z9KEAAAQBAJ>
- Septiana, A. R. (2020). *Manajemen Inovasi: Memenangi Kompetisi, Mengantisipasi Disrupsi*. Qnerza Publishing. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=OPzhDwAAQBAJ>.
- Soeratin, B. S. (2024). Penerapan Strategi Manajemen Inovasi Untuk Daya Saing Perusahaan Dalam Industri E-Commerce. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 1186–1193.
- Wahib, M., & Susanto, A. (2024). PENERAPAN STRATEGI MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN. *JOURNAL OF*

ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES,
2(2), 100–103.

Widiyanti, A. N., & Yunita, R. (2022). Strategi Usaha Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Singkong Keju Di Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 63–86.