

Analisis Kualitas Pelayanan di PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan

Analysis of Service Quality at PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan

Reni Reni¹⁾, Nurjafa Liaufaldi²⁾

1) Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Indonesia

Abstrak

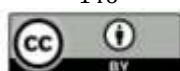
Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Kualitas Pelayanan di PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer *purposive sampling* dengan melakukan wawancara kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan. Sales dapat menyampaikan aspirasi pelanggan dan dapat bekerja sama dengan baik. pelanggan masih mengeluhkan tentang indikator yang masih membuat pelanggan kurang puas dengan pelayanannya. Indikaor tersebut adalah kehandalan karyawan dinilai kurang konsisten. Hal ini membuat konsumen kurang puas dengan pelayanannya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

The purpose of this study was to analyze the quality of service at PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan. This study uses qualitative research methods using primary data purposive sampling by conducting interviews with customers. The results of the study indicate that the services provided by the company are in accordance with the wishes of the customer. Sales can convey customer aspirations and can work well together. customers still complain about indicators that still make customers less satisfied with their services. The indicator is that employee reliability is considered less consistent. This makes consumers less satisfied with the service.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction



PENDAHULUAN

Pada era globalisasi di abad 21 ini, perkembangan dunia usaha selalu tidak terduga. Banyaknya industri yang berkembang di Indonesia saat ini harus didukung oleh manajemen yang baik dan disiplin, agar mampu bertahan dalam persaingan dunia industri (Anggraini et al., 2019). Banyak perusahaan yang berusaha untuk mengubah strategi usaha dan pemasarannya yang mengarah lebih dekat dengan konsumen, mengatasi ancaman persaingan, serta berusaha mengungguli para kompetitornya yang kita ketahui selalu menjadi tantangan di setiap perusahaan di dunia usaha. Pemasaran terdiri dari beberapa elemen, yaitu strategi pemasaran, kualitas pelayanan, promosi. Dan sebagainya. Salah satu elemen penting yaitu kualitas pelayanan. Setiap karyawan perusahaan dituntut agar dapat bekerja efektif, efisien, kualitas dan kuantitas pekerjaannya baik sehingga daya saing perusahaan semakin besar (Weny et al., 2019). Kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam dunia pemasaran. Sehingga perusahaan berkompetisi memberikan kualitas pelayanan terbaik, di samping kompetisi harga. Harga bukan menjadi faktor utama untuk menarik pelanggan, tetapi kualitas pelayanan. Jika seorang pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan kita, maka pelanggan tersebut akan kembali bertransaksi dengan perusahaan kita. Dalam (Majid, 2019), pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan arena itu akan Memberikan pengaruh pada pedorma perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang dalam bentuk kepuasan atau kekecewaan dari hasil produk atau jasa yang di bandingkan dengan ekspektasi. Jika kinerja atau hasil memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja atau hasil berada dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas (Lonardi et al., 2021). Pelanggan yang puas biasanya akan loyal, mereka tidak lagi terprovokasi oleh ketidak tetapan harga yang sewaktu-waktu bisa rendah lagi. Kombinasi antara efisiensi, dan pelayanan berkualitas tentu akan lebih baik lagi bagi perusahaan- perusahaan yang sedang bersaing. Pelanggan akan terpicat dengan pelayanan yang sepenuh hati daripada tawaran harga murah yang ujung ujungnya tidak diimbangi dengan pelayanan yang bagus dan akibatnya tidak mampu menjaga kenyamanan dan keselamatan. Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, PT Sinar Alkasa Sejahtera dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen meningkat. Pihak marketing perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi, yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Pelanggan adalah orang yang paling penting dalam perusahaan. Pelanggan tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung kepadanya. Pelanggan tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru pelangganlah yang memberikan kesempatan kepada kita untuk melayani dia. Tidak seorangpun dapat memenagkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan adalah salah satu driver utama untuk memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan pembentukan attitude dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan suatu produk barang atau jasa, yang prosesnya sulit untuk ditiru. (Irawan, 2018),

Indikator Kualitas Pelayanan ada 5 seperti dikutip dalam (Irawan, 2018)

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Komponen yang pertama menunjuk fasilitas fisik, penampilan personel, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

Fasilitas fisik seperti gedung, ruang pelayanan, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas pelayanan karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen atau pelanggan yang memerlukan pelayanan perusahaan. Penampilan personel yang baik akan memberikan rasa yang dihargai bagi konsumen yang dilayani. Sedangkan peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan pelayanan.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Komponen yang kedua menunjuk kemampuan perusahaan untuk member pelayanan secara benar (akurat), dapat diandalkan, kemampuan menyediakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan akan memengaruhi hasil kerja yang dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dalam bentuk kualitas pelayanan. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara benar dapat dilihat dari tingkat kesalahan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, sedangkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan terlihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat menimbulkan kepercayaan konsumen pada perusahaan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Komponen ketiga dari kualitas pelayanan menunjuk pada kemauan baik atau itikad baik untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan. Daya tanggap dapat dilihat dan kecepatan pelayanan dan kemauan untuk membantu dari karyawan dalam memberikan pelayanan. Kecepatan pelayanan dan itikad baik karyawan dalam memberikan kepuasan pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Komponen keempat dari kualitas pelayanan menunjuk pada pengetahuan, kemampuan, dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan.

5. *Empathy* (Empati)

Komponen terakhir dari kualitas pelayanan menunjuk pada perhatian atau kepedulian karyawan terhadap pelanggan secara individual. Komponen empati ini dapat dilihat dari kemudahan pelanggan secara individual. Komponen empati dapat dilihat dari kemudahan pelanggan untuk menemui karyawan senior, kemudahan mendapatkan informasi melalui telepon, kepedulian karyawan terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan. Perusahaan memiliki sifat yang impersonalitas/obyektivitas tidak bersifat personalitas yaitu memperlakukan secara sama atau adil terhadap pelanggan. Semua pelanggan berhak untuk mendapatkan kemudahan pelayanan yang sama tanpa didasari apakah mereka mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

METODE PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, metode merupakan hal yang sangat penting dalam pengumpulan data. Untuk itu maka metode yang digunakan harus tepat. Metode penelitian memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi masalah serta menghadapi tantangan lingkungan yang pengambilan keputusan harus dilakukan dengan cepat. Keputusan yang diambil akan bersifat lebih ilmiah jika dilakukan melalui proses penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut (sugiyono, 2018) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivenisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pengumpulan data dalam Penelitian Kualitatif yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara terstruktur dimana dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis yang alternative, Setiap responden diberikan pertanyaan yang sama dan pengumpul data mencatatnya. Setiap perusahaan pasti menginginkan usahanya dapat beroperasi dengan baik secara terus – menerus. Salah satunya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen sesuai dengan apa yang diharapkannya. Ada beberapa indikator dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati (Irawan,2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara dari 5 informan yang menjadi pelanggan tetap di PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan dan Hasil tersebut sudah dilakukan pengecekan terhadap triangulasi sumber adalah

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan konsumen di PT Sinar Alkasa Sejahtera adalah dengan berpedoman pada teori (Irawan, 2018), yaitu :

Indikator	Teori	Pembahasan
<i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	menunjuk fasilitas fisik, penampilan personel, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.	Pada Komponen ini Karyawan telah menciptakan rasa puas dan nyaman kepada pelanggan karena pada saat melayani karyawan berpenampilan bagus dan bersih.
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	menunjuk kemampuan perusahaan untuk member pelayanan secara benar (akurat), dapat diandalkan, kemampuan menyediakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya	Pada Komponen ini, ketepatan waktu dalam melayani pelanggan masih tidak konsisten yang dimana akan kadang lambat dan kadang cepat tergantung dengan situasi yang ada. Maka harus memikirkan solusi yang ada untuk mencegah keterlambatan dalam melayani.
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	menunjuk pada kemauan baik atau itikad baik untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan.	Pada Komponen ini, respon karyawan selalu memberikan informasi baru yang cepat dan tepat, dan di indikator ini pelanggan merasa puas atas apa yang diberikan oleh karyawan PT Sinar Alkasa Sejahtera, Medan
<i>Assurance</i> (Jaminan)	menunjuk pada pengetahuan, kemampuan, dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan.	Pada Komponen keempat dari kualitas pelayanan menunjuk pada pengetahuan, kemampuan, dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Konsumen merasa nyaman karena adanya kepercayaan yang dibangun oleh karyawan terhadap pelanggan.

Empathy (Empati)	Komponen terakhir dari kualitas pelayanan menunjuk pada perhatian atau kepedulian karyawan terhadap pelanggan secara individual. Komponen empati ini dapat dilihat dari kemudahan pelanggan secara individual.	Pada Komponen terakhir, karyawannya sangat ramah dan sopan dan karyawan selalu memberikan ruang untuk berpendapat dan mengkritik jika adanya kesalahan.
---------------------	--	---

Dari hasil wawancara, pelanggan masih mengeluhkan tentang indikator yang masih membuat pelanggan kurang puas dengan pelayanannya. Indikaot tersebut adalah kehandalan karyawan dinilai kurang konsisten. Hal ini membuat konsumen kurang puas dengan pelayanannya.

SIMPULAN

Dalam kualitas pelayanan, karyawan telah menciptakan kepuasan konsumen dari segi penampilan yang bagus dan bersih, penyampaian informasi yang jelas dan tepat, penangapan yang ramah dan sopan kepada konsumen Namun ada hal yang perlu ditimbangkan oleh karyawannya, seperti keresponan dan tepat waktu dalam pelayanannya. Kualitas yang diberikan oleh karywan ini masih dinilai kurang konsisten oleh pelanggan. Hal inila yang membuat pelanggan merasa belum puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., Dennius, D., Arwin, A., Siemin Ciamas, E., & Wilinny, W. (2019). On The Job Training dan Off The Job Training Karyawan PT. Amir Hasan Medan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 3(1 Januari), 118–123.
- Irawan, H. (2018). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Frontier Publisier. PT. Elex Media Komputerindo Kelompok Gramedia.
- Lonardi, S., Lan, W. P., Hutabarat, F. A. M., Nugroho, N., & Supriyanto, S. (2021). Peranan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna E-commerce Shopee Di Politeknik Cendana. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(3), 80–85. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i3.955>
- Majid, S. A. (2019). *Customer Service dalam bisnis Jasa Transportasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Weny*, Nugroho, N., Anggraini, D., Sofian, S., & Erwin, E. (2019). Analisis Pelaksanaan Pelatihan Dan Pendidikan Pada PT . Bimasakti Mahawira Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, Januari, 87–91.