

KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PT TOGU PANCING BANJARMASIN

Rika Sylvia¹
Masrifani²
Rahayu Septiani³
rikasyvias@gmail.com

STIE NASIONAL BANJARMASIN^{1,2,3}

Abstract,

The purpose of this study was to determine the quality of service that has been provided by PT Togu Pancing and to determine the appropriate quality of service in increasing customer satisfaction of PT Togu Pancing.

The type of research used is descriptive qualitative, where the population in this study is all customers of PT Togu Pancing from January to June 2021 as many as 300 customers, while the sample is 30 customers.

The result of this research is to implement the five variables, especially for the Tangibles variable so that the company can meet the standards of the facilities provided, for example by adding or replacing old facilities with new ones so as to increase customer satisfaction. In the variables of Reliability, Responsiveness, Assurance and Emphaty so that the company can improve the quality of its service, so that it will lead to customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak,

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh PT Togu Pancing dan mengetahui kualitas pelayanan yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT Togu Pancing.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana populasi yang ada pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Togu Pancing selama bulan Januari sampai dengan Juni 2021 sebanyak 300 pelanggan, sedangkan sampelnya adalah 30 pelanggan.

*Hasil dari penelitian ini adalah dengan melaksanakan lima variabel tersebut, khususnya untuk variabel *Tangibles* agar perusahaan dapat memenuhi standar dari fasilitas yang disediakan misalnya dengan menambah atau mengganti fasilitas yang lama dengan yang baru sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga akan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan.*

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

LATAR BELAKANG

Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan, untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggannya. Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

PT Togu Pancing merupakan perusahaan yang beralamat di Jalan A. Yani Km 07 Komplek Mahligai Indah 1 No 81 Banjarmasin. Perusahaan ini bergerak di bidang pabrikan pancing seperti: alat pancing, umpan palsu ikan, nilon, paku, kawat, dan accessories pancing lainnya. Perusahaan ini juga memasarkan barang-barangnya pada sejumlah toko-toko yang ada di dalam kota maupun di luar kota

Banjarmasin. Selain penjualan eceran, ada pula melayani penjualan dalam bentuk grosir.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa jumlah pelanggan PT Togu Pancing Banjarmasin setiap bulannya mengalami penurunan. Ini dilihat dari beberapa pelanggan ada yang mengeluh dikarenakan kurang puasannya pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu fasilitas yang kurang memadai seperti tidak adanya televisi, AC yang kurang dingin sehingga pelanggan merasa bosan, dan tidak tersedianya tempat parkir yang luas untuk pelanggan. Jika hal ini terus berlanjut maka kepuasan pelanggan PT Togu Pancing akan terus menurun, sehingga perlu adanya perhatian dan perbaikan dalam pelayanan PT Togu Pancing untuk dapat mempertahankan kepercayaan pelanggannya.

Permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui

kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh PT Togu Pancing. 2) Mengetahui kualitas pelayanan yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT Togu Pancing.

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Terdapat lima dimensi model *ServQual* (*Service Quality*) yang dijelaskan oleh Zeithaml dan Bitner (2000) yaitu sebagai berikut:

- a. *Tangibles*, yaitu penampilan fisik dari perusahaan seperti fasilitas, penampilan personil, dan materi komunikasi.
- b. *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan

rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- e. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2004) kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) adalah “penilaian evaluatif purna pilihan menyangkut seleksi pembelian spesifik”. Faktor – Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Menurut Lupiyaodi (2006), terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik

akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh. Bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan

memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2005) ada beberapa manfaat jika perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggannya, antara lain adalah:

- a. Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggannya.
- b. Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*.
- c. Terciptanya loyalitas pelanggan.
- d. Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, berpotensi menarik pelanggan baru dan menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif di mata pelanggan.

- f. Laba yang diperoleh perusahaan dapat meningkat.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Penelitian dilakukan pada PT Togu Pancing beralamat di Jalan A. Yani km 07 Komplek Mahligai Indah 1 No 81 Banjarmasin.

Populasi yang ada pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Togu Pancing selama bulan Januari sampai dengan Juni 2021 sebanyak 300 pelanggan. Menurut Arikunto (2006), jika populasi lebih dari 100 maka sampel yang diambil adalah minimum 10%-15%, tetapi jika jumlah populasi kurang dari 100 maka sampel yang diambil seluruh jumlah populasi tersebut. Sehingga sampel yang diambil adalah 30 pelanggan.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung dari hasil kuesioner dengan pelanggan.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak kedua atau pihak luar berupa informasi tertulis yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas

Analisis data yang diperoleh kemudian dianalisa secara deskriptif, yaitu dengan membandingkan hasil tabulasi data dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang menjadi subjek penelitian adalah jumlah pelanggan PT Togu Pancing Banjarmasin, yaitu sebanyak 30 orang, adapun deskripsi karakteristik responden, yaitu :

a. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Usia

Tabel 1. Pengelompokan Responden Menurut Tingkat Usia

Usia	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
26 – 35 Tahun	8	26,7
36 – 45 Tahun	8	26,7
> 45 Tahun	14	46,67
Total Responden	30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 di atas proporsi responden menurut tingkat usia menunjukkan sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang berumur yang berumur > 45 tahun, yaitu sebesar 14 Orang atau

46,67%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan adalah berumur >45 tahun, yaitu sebanyak 14 orang responden.

b. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 2. Pengelompokan Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Laki-laki	23	76.67
Perempuan	7	23,33
Total	30	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 di atas proporsi responden menurut jenis kelamin didominasi oleh Laki-laki

dimana terdapat 23 responden (76.67%) dan sisanya sebanyak 7 orang (23.33%) adalah perempuan.

c. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Pengelompokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
SMU	15	50
Diploma (D3)	8	26,67
Sarjana (S1)	7	23,33
Total	30	100

Sumber: Data Primer Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas responden menurut pendidikan

terakhir menunjukkan sebagian besar responden yang menjadi sampel

dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SMU, yaitu sebesar 15 orang (50%), pada tingkat pendidikan Diploma (D3) sebanyak 8 orang (26,67%), sedangkan tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 7

orang (23,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan pelanggan PT Togu Pancing adalah SMU.

d. Karakteristik Responden Menurut Domisili

Tabel 4. Pengelompokan Responden Menurut Domisili

Domisili Responden	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
Dalam Kota Banjarmasin	11	36,67
Luar Kota Banjarmasin	19	63,33
Total	30	100

Sumber: Data Primer Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 4 di atas proporsi responden menurut domisili menunjukkan sebagian besar responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden yang tinggal di luar Kota Banjarmasin, yaitu sebesar 19 orang (63,33%), dan sedangkan sebanyak 11 orang (36,67%) bertempat tinggal dalam Kota Banjarmasin.

Pembahasan

PT Togu Pancing dalam menunjang kepuasan pelanggan, maka upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dimana salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah

penerapan dimensi kualitas layanan terhadap pelanggan. Kualitas layanan pada penelitian ini meliputi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 30 responden yaitu variabel yang masih perlu ditingkatkan adalah *Tangibles*, dimana dari jawaban responden sebanyak 33,3% dengan indikator bahwa perusahaan menyediakan fasilitas diberikan sudah cukup memadai.menyatakan tidak setuju. Dalam hal ini pihak perusahaan harus dapat mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi, seperti fasilitas yang

disediakan oleh perusahaan harus disesuaikan dengan standar, sehingga para pelanggan yang telah mempercayai perusahaan tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Variabel *Reliability* dengan indikator bahwa perusahaan telah memberikan pelayanan dengan baik dan benar, sebanyak 70% responden menyatakan setuju. Untuk variabel *Responsiveness* dengan indikator bahwa perusahaan selalu siap dalam merespon permintaan pelanggan, sebanyak 53,3% responden menyatakan setuju.

Variabel *Assurance* terhadap pertanyaan perusahaan mampu menjamin kepercayaan pelanggan, memberikan mayoritas jawaban setuju yaitu sebanyak 50% responden. Sedangkan pada variabel *Emphaty* terhadap pernyataan perusahaan memperdulikan prioritas pelanggan memberikan mayoritas jawaban setuju yaitu sebanyak 56,7% responden.

Dengan melaksanakan lima variabel tersebut dengan baik, khususnya untuk variabel *Tangibles* agar perusahaan dapat memenuhi

standar dari fasilitas yang disediakan misalnya dengan menambah atau mengganti fasilitas yang lama dengan yang baru sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga akan menimbulkan kepuasan terhadap pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, bukan tidak mungkin akan berdampak terhadap jumlah pelanggan yang akan datang di masa yang akan datang dan memperoleh pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas pelayanan yang selama ini diberikan PT Togu Pancing Banjarmasin kepada pelanggan masih kurang maksimal, dalam hal fasilitas yang diberikan oleh perusahaan dirasa kurang cukup memuaskan oleh pelanggan, seperti kurangnya fasilitas yang tersedia yaitu tempat parkir yang

kurang luas dan ruang tunggu yang kurang sejuk.

2. Kualitas pelayanan yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan adalah perusahaan menerapkan lima dimensi kualitas pelayanan (*Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiviness*, dan *Assurance*) dengan baik seperti menyediakan fasilitas yang memadai, bersikap dengan sopan, pelayanan yang terpercaya, cepat tanggap dan memberikan jaminan mutu pelayanan yang maksimal, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dan dari penarikan simpulan, maka dapat diajukan saran bagi PT Togu Pancing adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya mengambil langkah-langkah tindakan dalam memperbaiki masalah kualitas pelayanan dengan melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan,

senantiasa memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dan respon yang cepat terhadap pelayanan yang diberikan sehingga menimbulkan persepsi kualitas pelayanan yang baik dimata pelanggan dan pada akhirnya kepuasan pelanggan akan meningkat.

2. Perusahaan hendaknya memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pelayanan yang baik kepada pelanggan, sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan perusahaan dan pelanggan juga akan merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2004. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Zeithaml, Valerie A. & Mary Jo
Bitner. 2000. *Service
Marketing; Integrating*

Customer Accross The Firm.
McGraw Hill Inc. USA.