

# ANALISIS KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BARITO SAMUGARA TRANS ENERGY DI KAL-SEL DAN KAL-TENG

**Ricky Julianto Saputra<sup>1</sup>, Kurniaty<sup>2</sup>, Teguh Wicksono<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (MAB),NPM 16310054

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (MAB),NIDN 00212076001

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (MAB),NIDN 1116028801

[rickywoob@gmail.com](mailto:rickywoob@gmail.com) / 081251815588

## ABSTRAK

**Ricky Julianto Saputra, Analisis Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT.Barito Samugara Trans Energy Di Kalsel dan Kalteng. Pembimbing : Dr. Hj. Kurniaty, SE, MM. Pembimbing II : Teguh Wicaksono, S.kom, MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) untuk mengetahui pelayanan yang diberikan PT. Barito Samugara Trans Energy, dan mengetahui respon konsumen terhadap pelayanan yang diberikan PT. Barito Samugara Trans Energy, (2) untuk mengetahui upaya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian metode kualitatif. Penelitian kualitatif yang artinya penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif.

Kualitas pelayanan di PT. Barito Samugara Trans Energy yang dilakukan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Karena itu PT. Barito Samugara Trans Energy merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan berdasarkan pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat terwujud apabila harapan dari pelanggan akan pelayanan jasa supplier BBM (bahan bakar minyak) dapat terpenuhi dari kualitas pelayanan yang diberikan PT. Barito Samugara Trans Energy. Kualitas pelayanan tersebut dapat terwujud dalam dimensi pelayanan jasa yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dengan menemukan bukti nilai keseluruhan yang menyatakan sangat setuju sebesar 72% dan yang menyatakan setuju sebesar 28%, sedangkan kepuasan pelanggan yang sebagian besar menyatakan sangat setuju sebesar 81% dan yang menyatakan setuju sebesar 19%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy, pelanggan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

**Kata Kunci:** kata kunci; Pelayanan, Pelanggan, Kepuasan

---

## ABSTRACT

This study aims to find out: (1) to find out the services provided by PT. Barito Samugara Trans Energy, and know the consumer response to the services provided by PT. Barito Samugara Trans Energy, (2) to find out efforts that can increase customer satisfaction at PT. Barito Samugara Trans Energy.

This study uses a qualitative research method design. Qualitative research, which means research on research that is descriptive.

Quality of service at PT. Barito Samugara Trans Energy undertook to meet the needs and desires of customers, as well as the delivery provisions to balance customer expectations. Therefore PT. Barito Samugara Trans Energy formulates the company's service strategy and program based on customer interests by taking into account the quality and customer satisfaction components. Customer satisfaction can be realized if the expectations of customers will service suppliers of fuel (fuel oil) can be fulfilled from the quality of services provided by PT. Barito Samugara Trans Energy. The quality of service can be manifested in the dimensions of services namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, by finding evidence of an overall value that states strongly agree by 72% and those who agree agree by 28%, while customer satisfaction, most of which states strongly agree amounted to 81% and those who agreed agreed at 19%. So, it can be concluded that the quality of service to customer satisfaction at PT. Barito Samugara Trans Energy, customers are very satisfied with the services provided by the company.

**Keywords:** words key; Service, Customers, Satisfaction



## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kinerja atau hasil yang dirasakan. Hakikatnya kepuasan pelanggan adalah evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan.

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antar kinerja yang dirasakan oleh harapan, Jika kinerja yang di rasakan di bawah harapan maka pelanggan merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka pelanggan merasa puas. Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan.

Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2005:54).

Di era globalisasi ini, persaingan semakin tinggi, maka membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menurut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Mengingat kepuasan adalah keadaan emosional baik kebahagiaan atau kesedihan (aziz, 2012:145). Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa transportir bahan bakar minyak (Bio Solar), jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Menurut Barata (2003:31-32). Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa terdapat konsep pelayanan prima yaitu: Kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*action*), tanggung jawab (*accountability*).

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan sudah memiliki rasa puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa yang lain. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya, jika seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa yang diberikan, sangat besar kemungkinan konsumen akan jadi pelanggan dengan waktu yang lama (Umar, 2005:65). Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan dimasa akan datang. Oleh karena itu, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, saat pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis itu begitu tajam, strategi definisi seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial (Jannah, 2013)

PT. Barito Samugara Trans Energy. Merupakan sebuah perusahaan jasa transportir bahan bakar minyak (Bio Solar) yang melayani Industri, proyek konstruksi jalan, proyek pembangunan, dan perhotelan. Sebagai perusahaan di bidang jasa transportir bahan bakar minyak (Bio Solar), PT. Barito Samugara Trans Energy berkomitmen untuk selalu menjunjung kualitas dan kepuasan pelanggan. Menurut Nasution (2001:55) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara diantaranya: Sistem keluhan dan saran, *Ghost Shopping*, *Lost Customer Analisis*, *Survey Kepuasan Pelanggan* Sebagai perusahaan swasta, PT. Barito Samugara Trans Energy memiliki visi yang jauh kedepan dan misi dapat memberikan yang terbaik baik untuk pelanggan. Kepedulian terhadap pelanggan merupakan hal yang penting. Pelayanan harus memperoleh perhatian dan penanganan yang sungguh-sungguh karena merupakan tugas dan fungsi yang melekat pada setiap perusahaan. Oleh karena itu Perusahaan selalu lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dan memberikan yang lebih berkualitas.

Salah satu cara untuk menjaga dan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan adalah seperti tetap menjaga kualitas, komunikasi, bisa berbaur, selalu memberikan info terbaru untuk pelanggan, dan juga tetap

memegang teguh untuk menjaga kepuasan pelanggan itu yang paling utama , karena ini adalah salah satu faktor yang berpengaruh.

Dengan persaingan yang sangat ketat dibutuhkan produktivitas dan inovasi dalam meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu PT. Barito Samugara Trans Energy berkomitmen, untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan, dan selalu memberikan pelayanan semaksimal mungkin untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tingkat kinerja yang dirasakan oleh pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy wilayah Kalsel dan Kalteng, dengan cara meninjau kualitas dari pelayanan yang disediakan oleh karyawan dan mengetahui respon dari konsumen, maka dari itu di dapatkan prospek penelitian yang berjudul “ANALISIS KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BARITO SAMUGARA TRANS ENERGY DI KAL-SEL DAN KAL-TENG”.

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif (*Descriptive Research*) yakni penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini, di dalamnya terdapat, upaya, deskripsi, pencatatan, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi atau ada (Yusuf, 2015). Objek dalam penelitian ini adalah PT. Barito Samugara Trans Energy. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan wawancara. Sedangkan analisis data yang digunakan dengan cara membandingkan data-data yang di peroleh dilapangan dengan teori, prinsip dengan gagasan yang terkumpul pada penelitian kepustakaan, kemudian diklasifikasikan, di teliti dan di telaah untuk menjawab permasalahan yang telah di rumuskan dengan menggunakan dasar teori sehingga di peroleh suatu keputusan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Kualitas Pelayanan pada PT. Barito Samugara Trans Energy

Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau dengan mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah suatu kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan dalam kegiatan-kegiatan jasa dimasyarakat itu terdapat kompetensi dalam usaha merebut pasaran atau langganan. Disamping itu juga pelayanan juga sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, karena dengan adanya pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila PT. Barito Samugara Trans Energy melaksanakan pelayanan dengan tepat dan baik maka konsumen akan merasa puas dan PT. Barito Samugara Trans Energy akan mendapatkan keuntungan dari kepuasan tersebut. Beberapa aspek untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam bidang jasa termaksud pelayanan PT. Barito Samugara Trans Energy telah teridentifikasi, yaitu :

**Tabel 1. Kualitas Pelayanan**

Atribut	Komponen	Hasil	
		Sangat Setuju	Setuju
Tangible	• Penampilan karyawan	35%	65%
	• Kondisi lingkungan, dan	46%	54%
	• Area parkir	38%	62%
Reliability	• Kualitas dan keadaan produk	73%	27%
Responsiveness	• Informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan	81%	19%
	• Karyawan sigap dalam memberikan pelayanan, dan	77%	23%
	• Respon dari pihak perusahaan	92%	8%
Assurance	• Jaminan kualitas yang diberikan oleh pihak perusahaan	77%	23%
	• Jaminan kuantitas yang diberikan oleh pihak perusahaan, dan	94%	6%
	• Jaminan waktu yang diberikan oleh pihak perusahaan	88%	12%
Empathy	• Pihak perusahaan tidak membedakan status sosial	85%	15%
	• Memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, dan	77%	23%
	• Pihak perusahaan mengutamakan kepentingan pelanggan	73%	27%

Keterangan: Data Diolah, 2020

Kualitas pelayanan di PT. Barito Samugara Trans Energy yang dilakukan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu PT. Barito Samugara Trans Energy merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan berdasarkan pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy, jika kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik, bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan menjadi salah satu syarat kesuksesan suatu produk dalam perusahaan.

**Tangible**, Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy berdasarkan tiga atribut yaitu penampilan karyawan yang menyatakan sangat setuju sebesar 35% atau 9 responden, sebesar 65% atau 17 responden menyatakan setuju. Sedangkan untuk atribut selanjutnya adalah kondisi lingkungan yang menyatakan sangat setuju sebesar 46% atau 12 responden, sebesar 54% atau 14 responden yang menyatakan setuju, dan untuk atribut yang terakhir adalah area parkir yang menyatakan sangat setuju sebesar 38% atau 10 responden, sebesar 62% atau 16 responden. *Tangible* dalam kualitas layanan merupakan bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh karyawan ataupun pelanggan sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan untuk membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian pada Faktor *Tangible* langsung diartikan bahwa PT. Barito Samugara Trans Energy sudah mempunyai fasilitas dan kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai, karyawan yang sudah berpenampilan rapi dan bersih, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan. Dengan adanya atribut tersebut yang memadai maka pelanggan menjadi terpuaskan karena yang diharapkan dalam pelayanan dapat tercapai dengan baik.

**Reliability**, Berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kualitas dan keadaan produk di PT. Barito Samugara Trans Energy yang diperoleh menyatakan sangat setuju sebesar 73% atau 19 responden, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 27% atau 7 responden. *Reliability* disini dapat diartikan sebagai PT. Barito Samugara Trans Energy menjaga kualitas dan keadaan produk dengan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktifitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang lebih atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian pada Faktor *Reliability* langsung diartikan pada PT. Barito Samugara Trans Energy mempunyai karyawan yang memiliki pengetahuan, keahlian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi maka bisa disebutkan bahwa PT. Barito Samugara Trans Energy dinilai konsisten dalam menjaga kualitas dan keadaan produk, maka akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

**Responsiveness**, Berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Barito Samugara Trans Energy berdasarkan tiga atribut yang ditinjau yaitu informasi dari perusahaan yang menyatakan sangat setuju sebesar 81% atau 21 responden, sebesar 19% atau 5 responden yang menyatakan setuju. Sedangkan untuk atribut selanjutnya adalah pelayanan dari pihak perusahaan yang menyatakan sangat setuju sebesar 77% atau 20 responden, sebesar 23% atau 6 responden yang menyatakan setuju, dan untuk atribut yang terakhir adalah respon dari pihak perusahaan yang menyatakan sangat setuju sebesar 92% atau 24 responden, sebesar 8% atau 2 responden yang menyatakan setuju. Faktor *Responsiveness* disini dapat diartikan dengan memberikan penjelasan yang bijaksana, mendetail, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Berdasarkan hasil penelitian pada Faktor *Responsiveness* langsung diartikan pada PT. Barito Samugara Trans Energy bahwa karyawan bekerja dengan tanggap, melayani dengan ramah dan sopan, tidak mengecewakan, dan memberikan kesediaan informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan, dan cepatnya respon dari pihak perusahaan akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan pelanggan. Para karyawan dipilih dan diajarkan untuk memberikan pelayanan yang baik, jika karyawan bersikap sopan, ramah maka para pelanggan pasti akan merasa senang dan puas dalam menerima pelayanan dari PT. Barito Samugara Trans Energy.

**Assurance**, Berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Barito Samugara Trans Energy berdasarkan tiga atribut yang ditinjau yaitu jaminan kualitas yang menyatakan sangat setuju sebesar 77% atau 20 responden, sebesar 23% atau 6 responden yang menyatakan setuju. Sedangkan untuk atribut selanjutnya adalah jaminan kuantitas yang menyatakan sangat setuju sebesar 94% atau 25 responden, sebesar 6% atau 1 responden yang menyatakan setuju, dan untuk atribut yang terakhir adalah jaminan waktu menyatakan sangat setuju sebesar 88% atau 23 responden, sebesar 12% atau 3 responden yang menyatakan setuju. Jaminan merupakan bentuk kepastian dari suatu layanan sehingga orang yang

menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kelancaran, kualitas, dan kuantitas layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian pada Faktor *Assurance* langsung diartikan pada PT. Barito Samugara Trans Energy bahwa memberikan keselamatan dan keamanan terhadap produk yang dijual, kemampuan karyawan memberikan kepercayaan terhadap jaminan kualitas, jaminan kuantitas, dan jaminan waktu kepada pelanggan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada PT. Barito Samugara Trans Energy sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Emphty**, Berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Barito Samugara Trans Energy berdasarkan tiga atribut yang ditinjau yaitu tidak membedakan status sosial yang menyatakan sangat setuju sebesar 85% atau 22 responden, sebesar 15% atau 4 responden yang menyatakan setuju. Sedangkan untuk atribut selanjutnya adalah memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian yang menyatakan sangat setuju sebesar 85% atau 22 responden, sebesar 15% atau 4 responden yang menyatakan setuju, dan untuk atribut yang terakhir adalah karyawan mudah dihubungi dan mengutamakan kepentingan pelanggan yang menyatakan sangat setuju sebesar 73% atau 19 responden, sebesar 27% atau 6 responden yang menyatakan setuju. *Emphty* dalam penelitian ini diartikan aktivitas pelayanan yang memerlukan pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*Emphty*) dalam menyelesaikan atau mengurus dan memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *Emphty* langsung diartikan pada PT. Barito Samugara Trans Energy memberikan perhatian yang baik terhadap pelanggan, menerima segala kritik dari pelanggan, saran yang akan membangun sebagai acuan perbaikan untuk kemajuan di PT. Barito Samugara Trans Energy, dan juga tidak membedakan status sosial, memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, dan mengutamakan kepentingan pelanggan, maka akan meningkatkan pandangan positif. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat empat variabel yang persentasenya responden dominan mengatakan sangat setuju dibandingkan mengatakan setuju, sedangkan satu variabelnya lebih dominan responden mengatakan setuju dibandingkan mengatakan sangat setuju. Empat variabel tersebut adalah *Reliability* (kualitas dan keadaan produk) yang menyatakan sangat setuju sebesar 73% atau 19 responden, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 27% atau 7 responden. Pada variabel *Responsiveness* terdapat 3 atribut yang ditinjau yaitu informasi dari perusahaan, pelayanan dari pihak perusahaan, dan respon dari pihak perusahaan yang menyatakan sangat setuju sebesar 83% atau 22 responden, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 17% atau 4 responden. Pada variabel *Assurance* terdapat 3 atribut yang ditinjau yaitu jaminan kualitas, jaminan kuantitas, dan jaminan waktu yang menyatakan sangat setuju sebesar 86% atau 23 responden, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 14% atau 3 responden. Pada variabel *Emphty* terdapat 3 atribut yang ditinjau yaitu tidak membedakan status sosial, memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, dan karyawan mudah dihubungi dan mengutamakan kepentingan pelanggan yang menyatakan sangat setuju sebesar 78% atau 20 responden, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 22% atau 6 responden. Sedangkan variabel yang dominan menyatakan setuju dibandingkan sangat setuju adalah variabel *Tangible* yang terdapat 3 atribut yang ditinjau yaitu penampilan karyawan, kondisi lingkungan, dan area parkir dengan hasil sebesar 40% atau 10 responden yang menyatakan sangat setuju, sedangkan yang menyatakan setuju sebesar 60% atau 16 responden. Responden yang menyatakan setuju berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diartikan sebagai adanya evaluasi dan tindak lanjut dari manajemen PT. Barito Samugara Trans Energy. Hasil secara keseluruhan dari penelitian ini dengan hasil tersebut dapat diartikan pelanggan memberikan persepsi atau tanggapan sangat setuju atau diartikan dengan sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Barito Samugara Trans Energy.

## 2) Kepuasan Pelanggan pada PT. Barito Samugara Trans Energy

Sesuai dengan pembahasan sebelumnya yang dikemukakan oleh Alma (2003:22) ada 4 cara yang tertera, sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan dua cara yaitu *Complaint and Suggestion System* (Sistem Keluhan dan Saran), dan *Consumer satisfaction surveys* (Survey Kepuasan Pelanggan) melalui penyebaran kuisioner kepada pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy dengan jumlah kuisioner yang dibagi sebanyak 26 responden, dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 2. Kepuasan Pelanggan**

Indikator	Komponen	Hasil	
		Sangat Setuju	Setuju
Sistem keluhan dan saran	• PT. Barito Samugara Trans Energy memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka	81%	19%
	• PT. Barito Samugara Trans Energy	69%	31%

	menyediakan saluran telepon untuk menyampaikan keluhan dan saran dari pelanggan		
Survey kepuasan pelanggan	• PT. Barito Samugara Trans Energy langsung menanyakan secara langsung mengenai kepuasan pelanggan tersebut	88%	12%
	• PT. Barito Samugara Trans Energy memberikan pertanyaan menyangkut harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan	77%	23%
	• PT. Barito Samugara Trans Energy menjadikan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan serta saran-saran untuk melakukan perbaikan	92%	8%

---

Keterangan: Data Diolah, 2020

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu apabila kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankannya pelanggannya. Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

PT. Barito Samugara Trans Energy yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan dengan cara menyediakan kotak saran dan keluhan, kartu komentar, melalui saluran telepon, dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan hasil sebesar 20 orang dari setiap perwakilan perusahaan atau 77% yang mengatakan sangat setuju dengan pelayanan yang diberikan, dan menunjukkan hasil 6 orang dari setiap perwakilan perusahaan atau 23% yang mengatakan setuju dengan pelayanan yang diberikan, dari jawaban responden mengarah pada sangat setuju yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. PT. Barito Samugara Trans Energy melakukan survey kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung, memberikan pertanyaan menyangkut harapan terhadap pelayanan, dan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan masalah-masalah yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan serta saran-saran untuk melakukan perbaikan dengan menunjukkan hasil sangat setuju sebanyak 22 orang atau 85%, dan yang mengatakan setuju sebanyak 4 orang atau 15%, dari jawaban responden mengarah pada sangat setuju yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini membuat pelanggan merasa sangat puas dikarenakan pelayanan yang disediakan PT. Barito Samugata Trans Energy sangat memperhatikan pelayanan agar kedepan perusahaan tersebut bisa lebih baik daripada sebelumnya.

Khusus untuk artikel konseptual, cukup berisi pembahasan saja. Pemaparan tentang hasil tidak perlu dilakukan. Dengan demikian, untuk artikel konseptual, judul hanya bertuliskan 'Pembahasan'. Penulis dapat menyertakan gambar, grafik, atau diagram dalam pembahasan (juga bisa di bagian pendahuluan atau metode sesuai dengan kebutuhan penulis). Gambar 1 akan memberikan contoh penggunaan gambar dalam penulisan artikel Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Barito Samugara Trans Energy sebagian besar menyatakan sangat setuju sebesar 72%, dan yang menyatakan setuju sebesar 28%, sedangkan kepuasan pelanggan yang sebagian besar menyatakan sangat setuju sebesar 81% dan yang menyatakan setuju sebesar 19%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy, pelanggan sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Adapun saran-saran yang disimpulkan adalah bagi pihak perusahaan di PT. Barito Samugara Trans Energy agar lebih meningkatkan pelayanan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan, dan juga selalu memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas layanan sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan di PT. Barito Samugara Trans Energy

## REFERENSI

- Alimuddin, I. K. (2012). *Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Cabang Makassar* (Doctoral dissertation).
- Aziz, F. A. (2012). Manajemen dalam Perspektif Islam. *Majenang-Cilacap: Pustaka El Bayan*.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Boediono, B. (2003). *Pelayanan Prima Perpajakan*. Rineke Cipta.
- Brata, A. G. (2003). Distribusi spasial UKM di masa krisis ekonomi. *Jurnal Ekonomi Rakyat*, 2(8).
- Daft, R. L. (2003). Manajemen. *Jakarta: Salemba Empat*. Jilid, 2.
- Dergibson, S. Sugiarto. (2002). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 4-6.
- Dessler, G. Human Resource Management, 2003. *Pearson Prentice Hall ISBN, 13(127677)*, 8.
- Ditha, M. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja SPBU Ngaberejo Grobogan. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Drucker, P. F. (2003). *The essential Drucker: Selections from the management works of Peter F. Drucker*. Recording for the Blind & Dyslexic.
- Fayol, H. (2010). Manajemen Public Relations. *Jakarta: PT. Elex Media*.
- Geller, S. M., Greenberg, L. S., & Watson, J. C. (2010). Therapist and client perceptions of therapeutic presence: The development of a measure. *Psychotherapy Research*, 20(5), 599-610.
- Hani, H. T., & Follet, M. P. (2003). Pengertian manajemen. *Edisi lima, Jakarta: Penerbit Prentice Hall*.
- Irawan, H. (2009). Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Prima. *Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Jannah, F. N. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Di CV. Unique Cargo Jepara.
- Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). A framework for marketing management.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik. *Jakarta: Salemba Empat*, 101.
- Marwansyah. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2006). Human resource management: Manajemen sumber daya manusia. *Terjemahan Dian Angelia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, A. S. (2002). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia: Jakarta. *Bumi Aksara*.
- Muri, Y. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. *Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenamedia Group).
- Nanang Tasunar. 2006. Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006
- Nasution, M. N. (2001). Manajemen mutu terpadu (total quality management). *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Nasution, M. N. (2005). Manajemen mutu terpadu. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Panjaitan, J.E, Yuliati, A.L (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*.
- Pembinaan, T. P. K. P. Pengembangan Bahasa Indonesia, 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Purnama, N. B. (2006). Manajemen Kualitas Perspektif Global. *Yogyakarta: Ekonisia*.
- Rangkuti, F. (2002). Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP. *PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.
- Rianto, A. (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 April 2018.
- Simamora, H. (2004). Manajemen sumber daya manusia. *Yogyakarta: stie ykpn*, 200.

- Sulaksana, W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Suryanto, S. D. A. (2003). Pelayanan Prima Bahan Ajaran Diklat Prajabatan Golongan I dan II. *Cetakan I, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta*.
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Susanto, A. B. (2000). Manajemen Kemandirian Daerah.
- Tisnawati, S. Erni & Saefullah Kurniawan, (2006). *Pengantar Manajemen*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). Service, quality & satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Umar, H. (2005). Studi kelayakan bisnis. *Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2003). Customer perceptions of service. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Pandit, A. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*.