

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PERCETAKAN PRATAMA DI ANGSANA**

## **ABSTRAK**

Esti Nur Hasanah<sup>1</sup>, Lamsah<sup>2</sup>, Farida Yulianti<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 17.31.1016

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari  
Banjarmasin, 1121076901

**Email :** [estiwinesti@gmail.com](mailto:estiwinesti@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha percetakan pratama di Angsana, (2) kendala yang dihadapi untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada usaha percetakan pratama di Angsana.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber yang diteliti dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan yang diterapkan pada usaha percetakan pratama dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengutamakan kepentingan konsumen dan tingkat pelayanan, (2) kendala sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dalam hal ini percetakan pratama harus memahami kendala dan mencari solusi yang tepat.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kendala yang dihadapi**

## ***ABSTRACT***

*This study aims to: (1) How is the quality of service to increase customer satisfaction in the primary printing business in Angsana, (2) the obstacles faced to increase customer satisfaction in the primary printing business in Angsana.*

*The design of this research is qualitative research, because in this research the data generated is in the form of descriptive data obtained from data in the form of writing, words and documents originating from researched and reliable sources.*

*The results showed that (1) the quality of service applied to the pratama printing business in increasing customer satisfaction by prioritizing the interests of consumers and the level of service, (2) the constraints were very influential in increasing customer satisfaction, in this case the pratama printing had to understand the constraints and find solutions that appropriate.*

*Keywords: Service Quality, Constraints faced.*

## **PENDAHULUAN**

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang di berikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Kepuasan konsumen dapat terbentuk bila perusahaan mampu memberikan produk barang dan jasa sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan dan

kepuasan konsumen berhubungan erat dengan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan karena dengan kualitas produk yang memenuhi preferensi konsumen akan mengikat konsumen sehingga perusahaan tersebut tertanam dalam benak konsumen. Kualitas pelayanan memiliki nilai yang besar dalam membawa konsumen menuju ke tingkat kepuasan, sehingga kepuasan tersebut akan memberikan dampak positif bagi usaha Percetakan Pratama. Konsumen yang puas adalah konsumen yang akan berbagi kepuasan dengan produsen. Hal ini tentunya menguntungkan bagi pihak toko karena konsumen dapat menginformasikan kepada teman, keluarga ataupun orang lain untuk berbelanja produk ataupun jasa dari perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah kualitatif, karena dilakukan dengan metode wawancara dan observasi, peneliti akan menganalisis data yang didapatkan dari lapangan dengan detail.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Percetakan Pratama adalah usaha industri memproduksi berbagai macam tulisan dan gambar dengan menggunakan mesin cetak. Usaha ini didirikan guna mengambil peluang usaha yang ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas permintaan yang besar terhadap jasa cetak. Struktur organisasi dalam usaha percetakan pratama ini dijalankan oleh tenaga kerja yang diambil dari kerabat atau saudara pemilik sendiri. Pemilik usaha menyadari bahwa persaingan dengan pengusaha sejenis makin banyak, maka dari itu pemilik mengutamakan pelayanan sebaik-baiknya.

Sebagaimana yang telah dikemukakan diatas menunjukkan bahwa dalam usaha percetakan pratama mengutamakan kepuasan konsumen, maka dari itu percetakan tersebut harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada konsumennya. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh kepuasan konsumen yang ditentukan oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Kualitas produk.
2. Kenyaman konsumen.
3. Desain dan kebutuhan apakah sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Tingkah laku sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
5. Harga bersaing.
6. Pelayanan dari segi waktu selalu tepat.
7. Hasilnya apakah konsumen puas.
8. Dan lain sebagainya.

Adapun juga kekecewaan konsumen tetapi sangat kecil persentasinya, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

- 1) Tidak tepat waktu, terutama dalam pelayanan.
- 2) Desain bentuk/warna serta model yang tidak sesuai dengan keinginan.
- 3) Tingkat harga.

Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Adapun kendala yang dihadapi oleh usaha percetakan pratama di Angsana adalah sebagai berikut :

1. Kendala pada sisi persaingan

Persaingan yang semakin kompetitif saat ini, membuat usaha Percetakan Pratama selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada para konsumen. Percetakan Pratama dalam mengatasi persaingan tetap menjaga karakter dan kualitas cetakan sesuai dengan yang dibutuhkan dan disukai konsumen pada umumnya serta mengikuti perkembangan pasar.

2. Kendala dalam sisi tempat

Tempat yang sangat sederhana membuat konsumen mungkin kurang nyaman, khususnya untuk tempat parkir yang sangat sempit karena usaha tersebut masih di produksi dirumah sendiri bukan disuatu tempat khusus jadi untuk tempat sangat terjangkau.

3. Kendala berikutnya adalah pada bahan baku

Stok kertas ataupun bahan spanduk bisa saja tidak ready walaupun konsumen telah memesan jauh-jauh hari, hal itu terjadi dikarenakan produsen bahan tempat Percetakan Pratama menstok barang ternyata tidak dapat menyediakan permintaan yang diberikan.

4. Kendala pada segi promosi

Strategi promosi yang dilakukan pada usaha percetakan pratama memang kurang maksimal, maka hasil yang diperoleh juga kurang maksimal. Peningkatan pesanan hanya mengandalkan konsumen tetap dan menunggu pesanan dari konsumen-konsumen lain yang datang.

## **PENUTUP**

Berdasarkan uraian yang telah dituliskan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diterapkan dalam usaha Percetakan Pratama adalah :

- (1) Aspek Tangibles (berwujud), berdasarkan hasil analisis wawancara yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui dari aspek tangibles adalah konsumen memilih untuk menjadi konsumen tetap di percetakan pratama dengan alasan kualitas pelayanan yang sangat baik, dari segi produk dan desain, hasil cetak, dan segi waktu dalam proses pengerjaan sangat tepat waktu.
  - (2) Aspek Emphaty (empati), berdasarkan hasil penelitian wawancara mengenai nilai aspek emphaty pada usaha percetakan pratama sangat baik artinya, aspek emphaty tersebut pimpinan maupun karyawan sudah dapat memahami keinginan konsumen.
  - (3) Aspek responsiveness (daya tanggap), berdasarkan hasil penelitian wawancara mengenai aspek responsiveness pada usaha percetakan pratama, bahwa nilai dari aspek responsiveness adalah sangat baik, daya tanggap dalam merespon kebutuhan konsumen sangat baik. Menurut pernyataan diatas bahwa kesigapan karyawan dalam menangani kebutuhan konsumen dan respon menangani keluhan dan keinginan konsumen sangat cepat.
  - (4) Aspek Realibility (keandalan), berdasarkan hasil penelitian dari konsumen mengenai aspek realibility pada usaha percetakan pratama adalah konsumen menyatakan bahwa keandalan karyawan dapat memberikan pelayanan dengan baik. Perusahaan harus memberikan pelayanan seperti yang sudah dijanjikan dan pelayanan yang akurat atau meminimalisasikan kesalahan. Dalam aspek realibility ini nilai tertinggi dari tanggapan konsumen ini adalah kemudahan konsumen dalam pembayaran.
  - (5) Aspek Assurance (jaminan), berdasarkan hasil penelitian dari konsumen mengenai aspek assurance pada usaha percetakan pratama, diketahui nilai dari aspek assurance adalah konsumen beranggapan perusahaan dapat memberikan jaminan pada konsumen.
2. Kendala yang dihadapi dalam usaha Percetakan Pratama adalah sebagai berikut :
- (1) Kendala pada sisi persaingan, persaingan yang semakin kompetitif saat ini, membuat usaha Percetakan Pratama selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada para konsumen. Percetakan Pratama dalam mengatasi persaingan tetap menjaga karakter dan kualitas cetakan sesuai dengan yang dibutuhkan dan disukai konsumen pada umumnya serta mengikuti perkembangan pasar.

- (2) Kendala dalam sisi tempat, tempat yang sangat sederhana membuat konsumen mungkin kurang nyaman, khususnya untuk tempat parkir yang sangat sempit karena usaha tersebut masih di produksi dirumah sendiri bukan disuatu tempat khusus jadi untuk tempat sangat terjangkau.
- (3) Kendala berikutnya adalah pada bahan baku, stok kertas ataupun bahan spanduk bisa saja tidak ready walaupun konsumen telah memesan jauh-jauh hari, hal itu terjadi dikarenakan produsen bahan tempat Percetakan Pratama menstok barang ternyata tidak dapat menyediakan permintaan yang diberikan.
- (4) Kendala pada segi promosi, strategi promosi yang dilakukan pada usaha percetakan pratama memang belum maksimal, maka hasil yang diperoleh juga kurang maksimal. Kurangnya media promosi yang menarik akibatnya masyarakat tidak banyak tau terhadap percetakan pratama.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Agustina Shinta, 2011, Manajemen Pemasaran, Malang: UB Press.

Etta Mamang Sangadji, 2013, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, hlm. 180.

Indra Aditia Suhaji, 2012, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan. Pelanggan Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, hlm. 4.

Hoetomo, *kamus lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 346.

Freddy Rangkuti, *customer servis saticfacation & call center* (yogyakarta: Pustaka Umum, 2013).

Nura, Alfi. (2010). Analisis Kepuasan konsumen. Fakultas Pertanian : IPB

Basu Swastha, dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, penerbit : BPEE, yogyakarta.

