

Analisis Mutu Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin

ABSTRAK

Nuruzzahro Husna¹, Dwi Wahyu Artiningsih², Susiladewi³

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Kalimantan M A B

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa : (1) mutu pelayanan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Perkasa Beton Abadi, (2) mutu pelayanan yang seharusnya dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Perkasa Beton Abadi.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari melalui kuisisioner data responden selanjutnya di analisis dengan menggunakan pola pikir deduktif. Data yang menjadi rujukan penulis adalah data tenaga kerja perusahaan PT Perkasa Beton Abadi Banjarmasin.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa : (1) Mutu pelayanan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin memiliki dampak yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan. Ini dapat dilihat berdasarkan pengamatan/observasi langsung terhadap karyawan dilingkungan PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin (2) Mutu pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin mengenai produk adalah hal yang terpenting dalam sebuah usaha, adapun juga harga merupakan penentu untuk konsumen membeli barang pada sebuah usaha.

Kata Kunci : Mutu Pelayanan, Penjualan

ABSTRACT

This study aims to analyze: (1) the quality of service performed in an effort to increase sales at PT. Perkasa Beton Abadi, (2) the quality of service that should be done in an effort to increase sales at PT. Mighty Concrete Eternal.

This research uses descriptive qualitative research design. Data that was mapped out from the respondent's data questionnaire were further analyzed using a deductive mindset. The data that the authors refer to is the workforce data of PT Perkasa Beton Abadi Banjarmasin.

From the results of this study it can be seen that: (1) The quality of service carried out in an effort to increase sales at PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin has a very big impact to increase sales. This can be seen based on observations / direct observations of employees in the PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin (2) The quality of service that should have been carried out by PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin regarding products is the most important thing in a business, while the price is a determinant for consumers to buy goods in a business.

Keywords: Service Quality, Sales ,

PENDAHULUAN

PT. Perkasa Beton Abadi adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan material beton siap pakai dan semen curah. PT. Perkasa Beton Abadi berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan dan mutu terbaik kepada klien atau konsumen. Setiap proyek-proyek yang

dipercayakan selalu diselesaikan dengan standar mutu yang sangat baik. Bagi PT. Perkasa Beton Abadi, konsumen adalah yang paling utama dan kepuasan konsumen adalah kebanggaan serta penghargaan yang ternilai.

Dalam melakukan usahanya perusahaan ini juga selalu berusaha meningkatkan kinerja usahanya guna

memperoleh keuntungan yang maksimal dan menjaga agar perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Disamping itu dukungan armada, peralatan, laboratorium, dan skill atau tenaga yang ahli dibidangnya, membuat PT. Perkasa Beton Abadi mampu mencapai hasil dan target yang berkualitas. Hasil uji laboratorium external bukan saja menjadi standar kualitas, tapi juga untuk pengukuhan kualitas meterial yang telah diperoleh (ready mixconcrete prudocts). Sehingga PT. Perkasa Beton Abadi semain dengan fasilitas dan peralatan yang telah dimiliki ; laboratotrium, truck kapsul semen, truck mixer, truck pompa dan lain-lain semakin menjamin mutu layanan yang di berikan pada semua klien atau konsumen.

Seiring perkembangan pekotaan yang bertata seirama dengan dinamika perkembangan jaman. Menyadari hal ini, PT. Perkasa Beton Abadi menawarkan produk dengan kualitas yang terjamin. Dengan semakin banyaknya perusahaan atau usaha yang bergerak dalam bidang yang sama, jelas tingkat persaingan antar perusahaan atau usaha akan semakin ketat, oleh karena itu agar pendapatan yang diperolehnya tidak mengalami penurunan pihak manajemen perusahaan mnetapkan kebijakan yaitu dengan cara meningkatakn pelayanan kepada para konsumen. Strategi yang diterapkan oleh PT. Perkasa Beton Abadi mecakup bebrapa faktor antara lain, keramahan, kebersihan, harga, kualitas. Kebijakan ini dimaksudkan agar perusahaan tetap eksis dan tentunya bisa mendapatkan kepuasan dari konsumen dan

laba yang diperoleh setiap periodenya terus mengalami peningkatan.

Melihat permasalahan diatas penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Mutu Pelayanan Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian diskriptif kualitatif karena peneliti ingin mengetahui Mutu Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. Yaitu pengumpulan data atau bahan informasi yang ada dilapangan secara langsung dengan cara sebagai berikut
Kuisisioner: Yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan yang dijawab oleh responden.

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang di peroleh dari hasil pengumpulan data, mutu pelayanan yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan pad PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin adalah sebagai berikut :

Tingkat Pelayanan

Untuk mengetahui tingkat pelayanan pada PT. Perkasa Beton Abadi dalam penelitia telah membagikan kuesioner untuk diisi kepada resonden yang dijadika sampel.Setelah data semua terkumpul langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut kedalam bentuk tabel. Ini di lakukan karena sebagai bahan analisa data penyajian data pada bentuk tabel biasanya akan lebih mudah untuk dipahami. Adapun penyajian tabel tingkat pelayanan dari masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini :

Tabel 1 Tingkat Pelayanan Mengenai Ketersediaan Produk Terhadap Konsumen Pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin

Tingkat Pelayanan	Frekuensi	Persentase (100%)
Sangat puas	12	30%
Puas	12	30%
Cukup Puas	11	27.5%
Kurang Puas	3	7.5%
Sangat Kurang Puas	2	5%
Total	40	100%

Sumber data : Hasil Penelitian tahun 2020

Analisis

Seperti yang telah dikemukakan oleh bab sebelumnya bahwa untuk mengetahui tingkat pelayanan pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin ini menggunakan metode rata-rata tertimbang. Adapun indikator-indikator yang diteliti adalah :

- 1) Ketersediaan
- 2) Tarif Harga Produk
- 3) Keramahan Dalam Pelayanan
- 4) Kenyamanan Fasilitas

Selanjutnya dari keempat indikator tersebut setelah dikumpulkan datanya kemudian diolah dan dilakukan analisa. Jumlah responden dalam penelitian ini

- 1) Kriteria Ketersediaan Produk

sebanyak 40 orang responden, dimana pengambilan sampel dilakukan secara acak.

Pengambilan sampel sebanyak 40 orang responden dalam hal ini diharapkan akan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya khususnya yang menyangkut masalah tingkat pelayanan selama ini diberikan oleh pihak perusahaan yaitu PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin.

Sesuai dengan jawaban responden yang selanjutnya dilakukan analisis dari masing-masing kriteria dari indikator tingkat pelayanan yaitu :

Tabel Analisis Tingkat Pelayanan Untuk Indikator Ketersediaan Produk

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase (100%)
1	Sangat puas	5	12	60	30%
2	Puas	4	12	48	30%
3	Cukup Puas	3	11	33	27.5%
4	Kurang Puas	2	3	6	7.5%
5	Sangat Kurang Puas	1	2	2	5%
Jumlah		-	40	149	100%
Rata-rata		-	-	3,725	-

Sumber data : Diolah Oleh Penulis

Berdasarkan pada tabel 4 -11 di atas diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 40 responden yang dijadikan sampel adalah sebesar 3.725, dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya yaitu :

$$= 149 : 40$$
$$= 3.725$$

Selanjutnya adalah menghitung nilai faktor, dimana nilai faktor diperoleh dari nilai bobot rata-rata X nilai faktor tertimbang dari setiap indikator. Dari data yang terlihat pada tabel diatas maka nilai faktor dapat diperoleh yaitu :

$$= 3,725 \times 0,30$$
$$= 1.117$$

- 2) Kriteria Tarif Harga Produk

Tabel Analisis Tingkat Pelayanan Indikator Tarif Harga Produk

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase (100%)
1	Sangat puas	5	14	70	35%
2	Puas	4	14	56	35%
3	Cukup Puas	3	10	30	25%
4	Kurang Puas	2	1	2	2.5%
5	Sangat Kurang Puas	1	1	1	2.5%
Jumlah		-	40	159	100%
Rata-rata		-	-	3,975	-

Sumber Data : Diolah Oleh Penulis

Sesuai dengan tabel 4 – 12 diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 40 responden yang dijadikan sampel adalah sebesar 3,975 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya adalah :

$$= 159 : 40$$

$$= 3,975$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai faktor dimana nilai faktor diperoleh dari nilai bobot rata-rata X, nilai faktor tertimbang untuk setiap indikator. Dari data yang terlihat pada tabel 4 – 12 di atas maka nilai faktor diperoleh adalah :

$$= 3,975 \times 0,30$$

$$= 1,1925$$

3) Kriteria Keramahan

Tabel Analisis tingkat Pelayanan Untuk Indikator Keramahan Dalam Pelayanan

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase (100%)
1	Sangat puas	5	17	85	42.5%
2	Puas	4	12	48	30%
3	Cukup Puas	3	8	24	20%
4	Kurang Puas	2	1	2	2.5%
5	Sangat Kurang Puas	1	2	2	5%
Jumlah		-	40	161	100%
Rata-rata		-	-	4,025	-

Sumber data : Diolah oleh penulis

Sesuai dengan tabel 4 – 13 diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 40 responden yang dijadikan sampel adalah sebesar 4,025 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya adalah :

$$= 161 : 40$$

$$= 4,025$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai faktor dimana nilai faktor diperoleh dari nilai bobot rata-rata X, nilai faktor tertimbang untuk setiap indikator. Dari data yang terlihat pada tabel 4 – 13 di atas maka nilai faktor diperoleh adalah :

$$= 4,025 \times 0,20$$

$$= 0.805$$

4) Kriteria Kenyamanan Fasilitas

Tabel Analisis Tingkat Pelayanan Untuk Indikator Fasilitas

No	Jawaban	Nilai	Jumlah	Total	Persentase (100%)
1	Sangat puas	5	13	65	32.5%
2	Puas	4	10	40	25%
3	Cukup Puas	3	13	39	32.5%
4	Kurang Puas	2	2	4	5%
5	Sangat Kurang Puas	1	2	2	5%
Jumlah		-	40	150	100%
Rata-rata		-	-	3,75	-

Sumber Data : Diolah Dari Penulis

Sesuai dengan tabel 4 – 14 diketahui bahwa nilai bobot total yang diperoleh dari 40 responden yang dijadikan sampel adalah sebesar 3,75 dengan demikian dapat diketahui rata-rata nilai bobotnya adalah :

$$= 150 : 40$$

$$= 3,75$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung nilai faktor dimana nilai faktor diperoleh dari nilai bobot rata-rata X, nilai faktor tertimbang untuk setiap indikator. Dari data yang terlihat pada tabel 4 – 14 diatas maka nilai faktor diperoleh adalah :

$$= 3,75 \times 0,20$$

$$= 0,75$$

Setelah semua nilai bobot rata-rata dan nilai faktor tertimbang diketahui dari seluruh indikator maka tabel berikut ini merupakan rekapitulasi tingkat pelayanan pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin, dari hasil pengolahan data, sebagai berikut :

Tabel Rekapitulasi Hasil Penghitungan Nilai Faktor Dan Nilai Bobot Dari Masing-Masing Indikator

No	Indikator Tingkat Pelayanan	Nilai Faktor Tertimbang	Nilai Bobot	Nilai Fakor Indikator
1	Ketersediaan Produk	0,30	3,725	1,175
2	Tarif Harga Produk	0,30	3,975	1,925
3	Keramahan Dalam Pelayanan	0,20	4,025	0,805
4	Kenyamanan Fasilitas	0,20	3,75	0,75
Jumlah		1,00		4,655

Sumber data : di Olah penulis

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan setelah dilakukan penghitungan dari data yang dikumpulkan diketahui bahwa untuk indikator tingkat pelayanan ketersediaan produk secara umum responden merasa puas dan sangat puas. Hal ini didukung oleh jawaban responden dimana dari 40 responden yang menjawab sangat puas 12 orang responden, yang menjawab puas 12 orang, cukup puas 11 orang, serta responden yang menjawab kurang puas 3 orang, dan sangat kurang puas 2 orang. Adapun nilai bobot pada indikator ini adalah ini sebesar 3,725. Angka ini juga diperoleh dari perkalian antara jumlah jawaban responden dikalikan dengan nilai jawaban kemudian dibagi dengan jumlah total responden.

Untuk indikator terhadap tarif harga produk yang diberikan PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin kepada konsumen pada umumnya responden merasa sangat puas dari jumlah responden sebanyak 40 orang responden yang menjawab sangat puas sebanyak 14 orang, puas sebanyak 14 orang, cukup puas 10 orang, dan masing-masing sisanya menjawab kurang puas dan sangat kurang puas 1 orang. Nilai bobot pada indikator ini adalah sebesar 3,975. Hasil ini menggambarkan bahwa pada umumnya

responden sangat puas terhadap tarif harga yang telah diberikan oleh PT. Perkasa Beton Abadi.

Untuk indikator tingkat keramahan dalam pelayanan dari 40 orang responden yang dijadikan sampel 17 orang menjawab sangat puas, 12 orang menjawab puas, 8 orang menjawab menjawab cukup puas, 1 orang menjawab kurang puas, serta 2 orang menjawab sangat kurang puas. Nilai bobot pada indikator ini adalah sebesar 4,025. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingkat pelayanan khususnya yang berkaitan dengan tingkat keramahan dalam pelayanan secara umum responden merasa sangat puas, hal ini juga dapat dikatakan bahwa pada dasarnya tingkat keramahan dalam pelayanan pada konsumen ataupun pelanggan dapat dilakukan tidak terlalu buruk atau sangat bagus.

Indikator lain adalah tingkat kenyamanan fasilitas khususnya lingkungan, dari 40 orang responden yang memberikan jawaban sangat puas sebanyak 13 orang, 10 orang memberikan jawaban puas, 13 orang memberikan jawaban cukup puas, 2 orang memberikan jawaban kurang puas, dan yang menjawab sangat kurang puas juga ada 2 orang. Nilai bobot pada indikator ini adalah 3,75. Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa secara umum responden merasa puas

terhadap tingkat kenyamanan fasilitas pada lingkungan yang ada pada perusahaan PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin.

Dari hasil rekapitulasi nilai rata-rata faktor dari masing-masing indikator secara keseluruhan adalah sebesar 4,655. Demikian nilai faktor sebesar 4,655 $N > 4$. Dengan demikian tingkat pelayanan pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin sudah sangat memuaskan, dapat diterima atau dengan kata lain bahwa secara umum tingkat tingkat pelayanan yang diberikan konsumen sudah dapat memuaskan para konsumen PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin.

PENUTUP

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka penulis memberikan beberapa kesimpulan yaitu :

- 1) Mutu pelayanan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin memiliki dampak yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan. Ini dapat dilihat berdasarkan pengamatan/observasi langsung terhadap karyawan dilingkungan PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin. Pengumpulan data kuesioner kepada pelanggan yang menjadi responden, maka dapat disimpulkan bahwa, mutu pelayanan PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin memuaskan dan dapat di terima. Hal ini didukung oleh jawaban responden setelah dilakukan pengolahan data dimana dengan metode nilai tertimbang diperoleh hasil 4,655.
- 2) Mutu pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh PT. Perkasa Beton Abadi Banjarmasin mengenai produk adalah hal yang terpenting dalam sebuah usaha, adapun juga harga merupakan penentu untuk konsumen membeli barang pada sebuah usaha, dan promosi merupakan tolak ukur bagaimana produk yang akan dipasarkan diketahui oleh konsumen yang akan membeli barang, dan yang terakhir fasilitas dapat mendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta, D. d. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- erlangga. (2001, february 05). *ekonomi*. Retrieved from scholar.google.
- Fahlevi. (2019, August 20). *Penaertian Mutu Adalah, Jenis, Manfaat dan Faktor yang Mempengaruhi*. Dipetik Maret 10, 2020, dari pengertian-mutu: <http://www.pahlevi.net/pengertian-mutu/>
- Khusaini, A. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Spa Club Arena Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negri Yoyakarta.
- kottler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis*. Jakarta: Prenballindo.
- Munadi, F. A. (2008). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Mursyid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Cetakan Pertama Buku 1, Aksara.
- Nitismono, A. S. (2003). *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, A. (2016, september 7). *Pengertian Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Retrieved April 12, 2020, from linguistikid: <http://www.linguistikid.com/2016/09/pengertian-penelitian-deskriptif-kualitatif.html>
- Rinagunawan. (2017, Desember). *Apa yang dimaksud dengan Pelayanan?* Dipetik Maret 10, 2020, dari dictio: <http://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-pelayanan/14452>
- Sendari, A. A. (2019, Agustus 8). *Mengenal Jenis Penelitian Diskriptif Kualitatif Pada Sebuah Tulisan Ilmiah*. Dipetik April 12, 2020, dari m.liputan6: <http://m.liputan6.com/hot/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-diskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>

Stanton, W. J. (2004). *Prinsip Pemasaran*.
Jakarta: Edisi Ketujuh, Jilid 1,
Penerbit Erlangga.

Winardi. (200). *Azas-Asaz Marketing*.
Bandung.