

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ANANG AC BANJARMASIN

Ahmad Muzakkir

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Email : ahmadmuzakkir128@gmail.com

ABSTRAK

Ahmad Muzakkir. NPM. 18310680. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anang AC Banjarmasin*, (dibawah bimbingan Hj. Farida Yulianti, S.E, M.M sebagai pembimbing I dan Teguh Wicaksono, S.Kom, M.M sebagai pembimbing II). Anang AC Banjarmasin bergerak dalam bidang pelayanan jasa, untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada jasa sangat diperhatikan dalam memenuhi pelayanan yang diberikan oleh Anang AC Banjarmasin. Anang AC Banjarmasin memiliki masalah dalam pelayanan yang diberikan kurang baik , pada kemampuan para pegawai yang kurang tanggap dalam melayani keluhan para pengguna jasa, dan masih adanya kekurangan dalam pelayanan jam operasional yang diberikan tidak sesuai dengan jam operasional yang telah ditentukan sesuai dengan standar operasional. Adapun pengaruh yang signifikan antara faktor *tangibels* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati) terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Anang AC Banjarmasin. Anang AC Banjarmasin sebaiknya selalu dan senantiasa meningkatkan tiap-tiap indikator dari 5 variabel kualitas pelayanan jasa tersebut dengan cara menambah fasilitas sarana dan prasarana yang masih kurang dan memperbaiki kinerja karyawan agar tujuannya tercapai yaitu kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Pemasaran

ABSTRACT

Ahmad Muzakkir. NPM. 18310680. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Anang AC Banjarmasin*. Anang AC Banjarmasin is engaged in the service sector, to improve the quality of service at the service very much attention in fulfilling the services provided by Anang AC Banjarmasin. Anang AC Banjarmasin has problems in the services provided are not good, the ability of employees who are not responsive to service users' complaints, and there are still deficiencies in the service the operating hours provided are not in accordance with the operating hours that have been determined according to operational standards. This study uses qualitative data analysis, namely analysis based on opinions, thoughts and considerations in which research is carried out intensively and deeply on the object under study. This research method is the interview method. There is a significant influence between *tangibels* (physical evidence), *reliability* (reliability), *responsiveness* (responsiveness), *assurance* (assurance), and *emphaty* (emphaty) on the level of customer satisfaction at Anang AC Banjarmasin. Anang AC Banjarmasin should always and always improve each indicator of the 5 variables of service quality by adding facilities and infrastructure that are still lacking and improving employee performance so that the goal is achieved, namely customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction and Marketing

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan peranan sangat penting pada kepuasan pelanggan maka dari itu pelayan merupakan aspek yang harus sangat dijaga dengan baik dan benar agar kepuasan pelanggan itu terpenuhi, kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan pelanggan menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap pelanggan sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Perkembangan otomotif di Indonesia pada tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat salah satunya mobil. Perusahaan-perusahaan mobil di dunia selalu memproduksi mobil yang banyak untuk dipasarkan. Respon positif dari konsumen Indonesia membeli mobil sebagai transportasi dalam berpergian atau aktivitas sehari-hari. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia membeli mobil, menjadikan peluang-peluang usaha baru seperti penyediaan jasa perawatan mobil (bengkel mobil). Persaingan usaha bengkel mobil di kota Banjarmasin semakin ketat, mereka bersaing untuk mendapatkan pelanggan demi kelancaran usaha bengkel mobil.

Anang AC mempunyai peluang dan tantangan seperti pada perusahaan pada umumnya. Pelanggan akan membandingkan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali lagi ke Anang AC dan menjadi pelanggan yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan Anang AC akan bertambah. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidak puasannya tersebut kepada pihak Anang AC.

Anang AC salah satu bengkel yang menyediakan beberapa jasa servis seperti perawatan AC mobil, spare parts. Dengan harga yang terjangkau serta memiliki teknologi

berkualitas. Anang AC yang berada di jl. Ahmad Yani km.8 Banjarmasin tempat yang strategis memudahkan pelanggan untuk melakukan perawatan mobil. Kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini perusahaan jasa seperti Anang AC seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Perusahaan jasa seperti Anang AC seharusnya memiliki rancangan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan.

METODE

Dalam suatu penelitian, diperlukan adanya metode untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian. Penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengolah dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode tertentu untuk mencari jawaban dari permasalahan yang dihadapi. Agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan secara sistematis, maka metode yang digunakan harus sesuai dengan objek yang diteliti dan sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Mencakup semua hal yang berkaitan dengan metode penelitian, yaitu jenis penelitian jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan untuk menyusun dan mendapatkan data yang di perlukan yaitu :

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Dengan penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena apa adanya. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya. Dengan teknik yang digunakan adalah teknik penelitian survey :

(1) Penelitian Survey

Penelitian survey adalah studi yang sumber utama data dan informasinya diperoleh oleh responden sebagai sampel survei menggunakan kuesioner atau wawancara sebagai alat

pengumpulan data. Secara umum, sampel yang digunakan sebagai objek analisis adalah individu. Namun, objek lain seperti keluarga, kelompok, perusahaan dan bahkan negara dapat digunakan sebagai objek analisis.

Disini peneliti menggunakan penelitian survei adalah karena penggunaan sampel sebagai sumber data utama peneliti yaitu pelanggan dan karyawan pada perusahaan Anang AC Banjarmasin dengan media wawancara yang peneliti lakukan kepada narasumber. Peneliti perlu mengambil beberapa sampel uji yang mewakili populasi. Populasi di sini jelas, pelanggan dan karyawan pada perusahaan Anang AC Banjarmasin sebagai objek yang peneliti lakukan. Dengan kata lain wawancara yang peneliti lakukan hanya kepada sampel yang dipilih.

Disini peneliti juga mendapati beberapa pesaing pada perusahaan Anang AC yang berlokasi berdekatan dengan lokasi objek penelitian yang dimana bisa menjadi bahan pada penelitian ini.

Maka dari itu jenis penelitian survei dirasa efektif digunakan pada penelitian yang peneliti lakukan karena perkembangan zaman yang semakin modern sehingga alat yang digunakan adalah teknik wawancara baik itu wawancara langsung atau wawancara melalui media telepon.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Anang AC Banjarmasin dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang seharusnya dilakukan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode jenis penelitian survei. Hasil dari penelitian ini berasal dari beberapa narasumber yang dilakukan dengan cara wawancara anatar lain dari 2 (dua) karyawan perusahaan dengan 5 (lima) pelanggan yang melakukan jasa perbaikan ataupun pergantian sparepart yang berkenan untuk dilakukan wawancara mengenai penelitian yang sedang peneliti lakukan. Wawancara dilakukan mulai dari tanggal 10 November 2020 yang berawal dengan melakukan wawancara kepada karyawan Anang AC Banjarmasin mengenai profil perusahaan dan kegiatan apa saja yang dilakukan pada perusahaan serta mengenai pelayanan yang diterapkan pada Anang AC Banjarmasin untuk mendapatkan data yang peneliti inginkan untuk dilakukan penelitian.

Dari hasil wawancara tersebut peneliti memperoleh gambaran bahwa pelayanan dengan kualitas yang bagus sesuai dengan yang seharusnya dilakukan kepada pelanggan yang menggunakan jasa Anang AC Banjarmasin sangat berpengaruh terhadap kualitas kepuasan pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan pada Anang AC Banjarmasin memang harus ditingkatkan karena terlihat dari keluhan pelanggan yang ada agar meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa Anang AC Banjarmasin.

PENUTUP

Sebagai penutup dari permasalahan ini, penulis kemukakan beberapa kesimpulan atas permasalahan yang di bahas dan dikemukakan pula beberapa saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan.

1. Kesimpulan

- 1) Kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Anang AC Banjarmasin memang harus dilakukan agar terjadinya ke stabilan dalam hal pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan. Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara peneliti menemukan masalah yang dimiliki perusahaan ialah kurangnya karyawan yang dimiliki yang membuat semua fokus pekerjaan yang dimiliki karyawan menjadi terbagi dengan pekerjaan lain sehingga dapat mengganggu suatu pekerjaan yang dilakukan dan juga ketersediaan peralatan yang masih memiliki kekurangan yang dimana peralatan sudah seharusnya mengikuti zaman agar mempermudah pekerjaan yang dilakukan pada perusahaan.

Pemecahan masalah pada kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan pelanggan pada Anang AC Banjarmasin adalah diharuskannya penambahan karyawan guna mencukupi kebutuhan pelanggan yang ada dan perbaharuan terhadap peralatan harus diperhatikan secara terus menerus.

- 2) Kualitas pelayanan yang seharusnya dilakukan pada Anang AC Banjarmasin dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan sudah seharusnya dilakukan dengan baik dan diperhatikan agar kepuasan pelanggan menjadi prioritas yang harus dilakukan. Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber peneliti menemukan masalah yang dimiliki perusahaan yang dimana perusahaan seharusnya memiliki karyawan yang mencukupi dalam setiap divisi yang dimana seperti divisi pelayanan dalam hal pengaduan ataupun staff yang melakukan kontak langsung mengenai komunikasi tentang masalah yang dimiliki agar komunikasi

terhadap pelanggan berjalan dengan baik. Tidak seperti yang ada pada saat ini yaitu semua pekerjaan dari hal pelayanan dan juga pengerjaan dilakukan terhadap pegawai yang sama yang membuat fokus pekerjaan terganggu, dan juga perusahaan seharusnya lebih bisa memperhatikan keadaan perusahaan dengan perkembangan zaman yang dimana bisa mengikuti dengan peralatan yang sudah semakin canggih agar bisa menjaga hubungan baik yang sudah terjalin dengan pelanggan dengan kualitas yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dengan semaksimal mungkin.

REFERENSI

Engel. (2001). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jakarta : Binarupa Askara

Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindo

Jaiswal. (2008). *Customer satisfaction and service quality*. Indian : Managing

Kadir, A. (2009). *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi

Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas). Jakarta : PT. Indeks

Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implikasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Prentice Hall

Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Kedelapan). Jakarta : Erlangga

Kotler, P dan Armstrong, G. (2000). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran 1* (Edisi ketiga belas). Jakarta: Erlangga

Kotler, P. (2010). *Pemasaran* (Edisi ketiga belas). Jakarta : Erlangga

Kotler, P, Keller dan Armstrong, G. (2010). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketiga belas). Jakarta : Erlangga

Lupiyoadi, L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Lupiyoadi, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Kedua). Jakarta : Salemba Empat.

Margaretha. (2004). *Manajemen Keuangan Perusahaan* (Cetakan Pertama). Jakarta : Ghalia

- Parasuraman. (2011). *Perencanaan Dan Pengembangan*. Bandung : CV. Lubuk Agung
- Sugiono, S. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Supranto . (2007). *Teknik Sampling untuk Survey dan Eksperimen*. Jakarta : Rineka Cipta
- Swastha, B. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern (edisi 2)*. Yogyakarta : Liberty
- Swastha, B. (2009). *Azaz-azaz Marketing (Edisi Kedua)*. Yogyakarta : Liberty
- Soedjas, T. (2014). *layanan untuk pelanggan*. Jakarta :Media Pressindo
- Tauriana, D. (2012). *Analisis Pengaruh Service Quality*. Malang : Bayu Media Publishing
- Tjiptono, F. (2004). *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, F.(2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran (Edisi 3)*. Yogyakarta : Andi
- Widjaja, A. (2001). *Audit Operasional*. Jakarta : Harvarindo
- Zeithalm, VA. (2001). *The Behaviorial Consequences of Service Quality*. *Jurnal of Marketing*.