

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. BINTANG INTERNASIONAL CABANG
ALAUDDIN MAKASSAR**

FAJAR IRWAN

105720505214



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2020

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. BINTANG INTERNASIONAL CABANG
ALAUDDIN MAKASSAR**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
Oleh

FAJAR IRWAN
NIM: 105720505214

11/08/2020

1 eq
Smb. Alumni

P/ 0136/ MAN/ 2020
IRW
a'

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2020**

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini ku persembahkan buat kedua orang tuaku tersayang serta saudaraku yang selalu memberikan motivasi, dan teman serta sahabat yang turut memberikan semangat dalam demi meraih sebuah cita-cita.

MOTTO

“Bila anda ingin sukses hari ini, berpegaslah untuk terus melaju ke depan. Jangan menunggu sebuah kata-kata “tunggu waktu yang tepat” karena itu akan menghancurkan impianmu”



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang
Internasional Cabang Alauddin Makassar

Nama Mahasiswa : FAJAR IRWAN
No Stambuk/NIM : 105720505214
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan
panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar pada hari Kamis tanggal 27 Agustus 2020.

Makassar, 27 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Moh. Aris Pasigai, S.E., MM
NIDN: 008056301

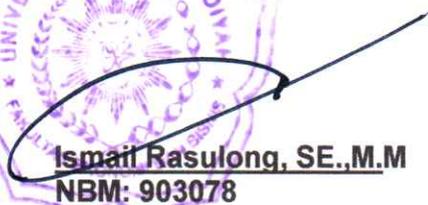

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NIDN : 9027078202

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ketua, Prodi Studi Manajemen


Ismail Rasulong, SE., M.M
NBM: 903078


Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Fajar Irwan NIM : 105720505214, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 00145/SK-Y/61201/091004/2019M, Tanggal 31 Agustus 2020, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

31 Agustus 2020

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
(WD / Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE., MM (.....)
2. Samsul Risal SE., MM (.....)
3. Muh. Nur Rasyid, SE., MM (.....)
4. Abdul Mutalib SE., MM (.....)

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE.,MM

NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Irwan

Stambuk : 105720505214

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional
Cabang Alauddin Makassar"

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri,
bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima
sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan pada hari kamis
tanggal 27 Agustus 2020

Makassar 27 Agustus 2020



6000
ENAM RIBU RUPIAH

FAJAR IRWAN

Diketahui Oleh :

Ketua,
Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM
NBM: 1085576

Dekan,
Fakultas Ekonomi & Bisnis
Unismuh Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Irwan

Stambuk : 105720505214

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional
Cabang Alauddin Makassar"

Dengan ini menyatakan bahwa :

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri,
bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar. Dan telah diujikan padaharikamistanggal 27 Agustus 2020.

Makassar, 27 Agustus 2020

Yang membuat Pernyataan,

FAJAR IRWAN

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu alaikum wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul " Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar." Tak lupa pula penulis haturkan salam dan shalawat kepada jujungan kita, pemberi rahmat bagi seluruh alam semesta yaitu Baginda Rasulullah Muhammad SAW Sang Revolusioner sejati yang telah membawa kita keluar dari alam gelap gulita menuju alam terang benderang seperti saat ini. Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi sebagai syarat dalam penyelesaian Program Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi didalamnya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada berbagai pihak tersebut, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar

2. Bapak Dr. Moh. Tahir Selaku Wakil Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Samsul Risal SE., MM Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM selaku pembimbing I yang selalu memberi masukan, motivasi, serta kritik yang membangun demi kelancaran proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Syarthini Indrayani, SE.,M.,Si selaku Penasehat Akademik
7. Bapak Muh.Nur R., S.E., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus sebagai Pembimbing II yang selalu senang hati meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penulis dalam pemeriksaan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Pimpinan PT.Bintang Iternasional Cabang Alauddin Makassar yang bersedia untuk mengizinkan penulis melakukan penelitian.
9. Untuk teman-teman atau sahabat,saudara tak sedarah di keluarga Navigator 014, sahabat di luar dunia kampus dan semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan semangat,dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan proses pendidikan.
10. Andi Ulfa Sanda, SE dan Zainal. SE, yang banyak membantu memberi semangat, dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Ayahanda dan Ibuku tercinta yang telah banyak membantu baik secara moril maupun material serta segala dukungan dan doa,motivasi dan tak pernah putus sehingga dapat menyelesaikan pendidikan

12. Dan yang terakhir, kepada seluruh Saudara-saudaraku dan Adik-adikku yang terkhusus pada satu rumah atau satu kos ku yang terus memberikan apresiasi, motivasi beserta doa dan dukungan buat penulis untuk menyelesaikan proses pendidikan.

Makassar, Januari 2020



ABSTRAK

**Fajar Irwan (2019).Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin
Makassar,Di Bimbing Oleh**

Mohammad Aris Pasigai, SE.,MM Dan Muh. Nur R., SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar, untuk mencapai tujuan tersebut, maka digunakan metode analisis diskriptif kualitatif. Analisa ini berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk uraian informasi kemudian di kembangkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan atau menguatkan suatu gambaran, dalam hal ini mengenai kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Yang di mana bagian dari kualitas pelayanan karyawan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan pada saat melakukan pembelian. Semua data akan didapatkan dari hasil pengamatan, dokumentasi dan wawancara dengan semua pihak yang terlibat dalam penelitian nantinya.

ABSTRACT

***Fajar Irwan (2019). The Effect of Employee Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bintang Internasional Alauddin Makassar Branch,
Guided By***

Mohammad Aris Pasigai, SE., MM and Muh. Nur R., SE., MM.

This study aims to determine the importance of the influence of employee service quality on customer satisfaction at PT. Bintang Internasional Alauddin Makassar Branch to achieve these objectives, then used descriptive qualitative analysis methods. This analysis is based on data stated in the form of information descriptions then developed with other data to get clarity or strengthen a picture, in this case regarding the quality of employee services to customer satisfaction at PT. Bintang Internasional Alauddin Makassar Branch.

Which is where part of the quality of employee service is able to influence customer satisfaction when making a purchase. All data will be obtained from observations, documentation and interviews with all parties involved in future research.

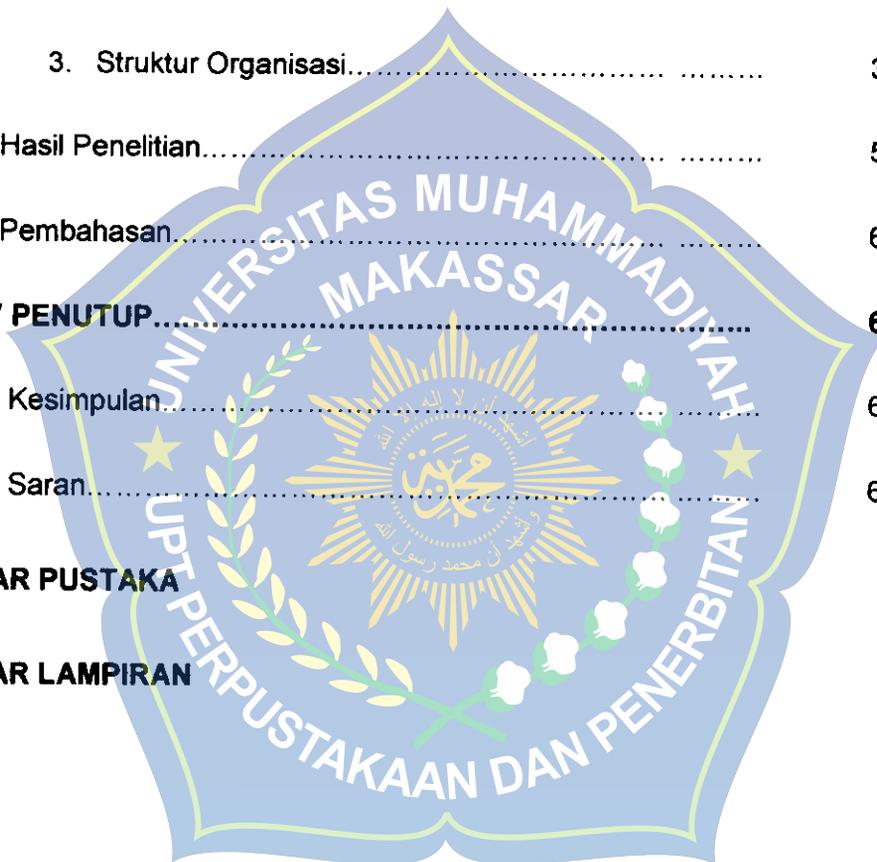


DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teoritis.....	5
1. Konsep Manajemen.....	5
2. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	6
3. Kualitas Pelayanan Karyawan.....	7
4. Deminsi Kualitas Jasa/ Pelayanan.....	9
5. Kepuasan Pelanggan.....	11
6. Tinjauan Empiris.....	20
B. Kerangka Konsep.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Fokus Penelitian.....	26
C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian.....	26
D. Sumber Data.....	27
E. Pengumpulan Data.....	27
F. Definisi Operasional.....	28
G. Instrumen Penelitian.....	29
H. Teknik Analisis.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Profil PT.Bintang Internasional.....	33
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	33
2. Visi dan Misi perusahaan.....	34
3. Struktur Organisasi.....	36
B. Hasil Penelitian.....	51
C. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	25
Gambar 2.2 Struktur organisasi PT. Bintang Internasional.....	36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan dari berbagai penjurur antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga.

Untuk menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya. Keunggulan pelayanan didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang

akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya.

Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang lumrah, khususnya dalam usaha yang sejenis, hal itu bertujuan untuk memperoleh pangsa pasar, sehingga usaha tersebut akan memperoleh keuntungan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberi nilai dan kepuasan kepada setiap pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga pesaing. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan para pelanggan yang berawal dari memunculkan rasa ketertarikan atau minat untuk membeli barang yang diperjualbelikan.

Apa yang menentukan pelanggan akan sangat puas, agak puas, atau tidak puas dengan suatu pembelian dengan melihat dari segi pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada sebuah perusahaan. Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat antara harapan (*expectations*) pembeli atas produk tersebut dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dari produk tersebut. Jika kinerja produk tersebut lebih rendah dari harapan pelanggan, pelanggan tersebut akan merasa kecewa; jika memenuhi harapan, pelanggan tersebut akan merasa puas; dan jika melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Perasaan-perasaan ini akan mempengaruhi apakah pelanggan tersebut akan membeli produk itu lagi dan menyampaikan secara positif atau negatif tentang produk tersebut kepada orang lain. Hal-hal yang mendasar seperti inilah yang mampu memberikan kesan puas pelanggan untuk tetap berkunjung dan membeli produk yang ada di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Berdasarkan pada latar belakang yang dikemukakan maka penulis mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topic yang berkaitan dengan **“Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka, penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah: "untuk mengetahui pentingnya Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar".

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik demi memberikan kesan puas terhadap pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

2. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pembandingan bagi peneliti berikutnya yang relevan dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Konsep Manajemen

Manajemen merupakan alat untuk pencapaian tujuan yang diinginkan. Manajemen yang tepat akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen itu (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian). Jadi manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Adapun unsur-unsur manajemen itu terdiri dari *men*, *money*, *method materials*, *mechine* dan *market* yang disingkat 6 M.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan karna manajemen merupakan "alat" dan "wadah" tempat untuk mengatur 6 M dan semua aktifitas proses perusahaan dalam mencapai tujuannya. Walaupun manajemen hanya merupakan alat saja, tetapi harus diatur sebaik-baiknya karna jika manajemen ini tepat maka tujuan optimal dapat diwujudkan, pemborosan terhindari dan semua potensi yang dimiliki akan lebih bermanfaat.

Untuk lebih jelasnya pengertian manajemen ini, penulis mengutip beberapa defenisi sebagai berikut :Menurut GR. Terry dan Kartono (2008:168) menyatakan bahwa : Manajemen adalah penyelenggaraan usaha penyusunan dan pencapaian hasil yang diinginkan dengan

menggunakan upaya-upaya kelompok, terdiri atas bakat-bakat dan penggunaan sumber daya manusia.

Kemudian menurut Malayu (2014:1) Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari perencanaan pengarahannya pengendalian melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lain secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan komponen dari perusahaan yang mempunyai arti sangat penting sumber daya manusia menjadi sumber penentu dari perencanaan tujuan suatu perusahaan, karna fungsinya sebagai inti dari kegiatan perusahaan. Tanpa adanya sumber daya manusia maka kegiatan perusahaan tidak berjalan sebagai mana mestinya meskipun pada saat ini otomatisasi telah memasuki setiap perusahaan, tetapi apabila pelaku dan pengguna mesin tersebut yaitu manusia, tidak bisa memberikan peranan yang diharapkan maka otomatisasi itu akan menjadi sia-sia.

Untuk lebih memperjelas pengertian manajemen sumber daya manusia, berikut ini penulis mengutip beberapa defenisi yang dikemukakan oleh beberapa para ahli:

Menurut Rivai (2008:1) menyatakan bahwa: Manajemen sumber daya manusia adalah salah satu bidang dari manajemen umum yang

meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

Menurut Mangkunegara (2007:2) menyatakan bahwa :Manajemen sumber daya manusia adalah suatu pengelolaan dengan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (pegawai).

Sumber daya manusia merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi dan masyarakat (Rachmawati (2008:3).

Manajemen sumber daya manusia, atau disingkat MSDM adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peran sumber daya yang dimiliki oleh individu secara maksimal sehingga tercapai suatu tujuan.

Manajemen sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan asset dan berfungsi sebagai modal (non material/non financial di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (*real*) secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi organisasi (Sulistiyani dan Rosidah,2009:11).

Dari defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia secara garis besar sama yaitu bahwa, manajemen sumber daya manusia mengatur semua tenaga kerja secara efektif dan efisien dengan mengembangkan kemampuan yang mereka miliki dalam mewujudkan tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Dengan memiliki tujuan tertentu maka tenaga kerja akan termotivasi untuk bekerja sebaik mungkin.

3. Kualitas Pelayanan Karyawan

Definisi kualitas pelayanan menurut J.Supranto (2006:228) adalah "sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik".

Definisi pelayanan menurut Gronroos (2005:2) adalah "suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan".

Dari definisi diatas dapat diketahui ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Dalam pelayanan publik yang diselenggarakan oleh swasta, adaptabilitas pelayanan sangat tinggi. Penyelenggara pelayanan selalu berusaha untuk merespon keinginan pengguna karena posisi tawar pengguna yang sangat tinggi. Apabila keinginan pengguna tidak direspon, maka pengguna akan beralih kepada penyelenggara pelayanan yang lain. Dengan demikian sifat pelayanan adalah pelayanan yang dikendalikan oleh pengguna.

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri.

Terkait dengan pelayanan ada satu (1) istilah yang perlu diketahui, yaitu pelayan menurut Muhammad Ali (2006:297) yang dikutip dari Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, pengertiannya adalah sebagai berikut: "Pelayan adalah orang yang kerjanya melayani".

Menurut Kotler (2008:145) dalam penyampaian jasa (*service delivery*) ada tiga aspek yang dikenal sebagai 3P dalam pemasaran jasa, yaitu melalui :

a. *People*

Perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan, daripada karyawan pesaingnya.

b. *Physical environment* (lingkungan fisik)

Perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.

c. *Process*

Perusahaan jasa dapat merancang proses penyampaian jasa yang superior, misalnya *home banking* yang dibentuk oleh bank tertentu.

4. Dimensi Kualitas Jasa/ Pelayanan

Parasuraman (1988) mengemukakan lima dimensi kualitas jasa/pelayanan.

Kelima dimensi tersebut adalah (Jasfar 2002 : 68):

1. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali. Adapun atribut-atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah:

- a. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan
- b. Memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada pelanggan
- c. Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para pelanggan.
- b. Respon karyawan terhadap saran pelanggan
- c. Memberikan pelayanan yang cepat

3. Assurance (Jaminan)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontakpersonel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan pelanggan dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari pelanggan
- b. Karyawan berbicara dengan cara menyenangkan
- c. Karyawan yang bersikap sopan

4. Emphaty (Empati)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Memberikan perhatian individu kepada pelanggan
- b. Keramahan karyawan
- c. Kebutuhan pelanggan secara spesifik

5. Tangibles (Bentuk Fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah :

- a. Penampilan Petugas Pelayanan

b. Peralatan yang modern

c. Tempat parkir

5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Husein Umar yang dikutip dari bukunya Studi kelayakan bisnis (2005:65) mengatakan bahwa "kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya".

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa "Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan". Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan pelanggan dengan harga yang pantas (*reasonable*).

Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku pelanggan pada dasar dasarnya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang

berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sangat tergantung pada perilaku pelanggannya.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, pelanggan dan peneliti pelanggan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Zulian Yamit (2001:93) dalam buku Manajemen Kualitas Produk & Jasa untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli
3. Membangun citra perusahaan

4. Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan

Memuaskan kebutuhan pelanggan dapat terealisasi, jika perusahaan menjadikan kepuasan kebutuhan pelanggan sebagai strategi bisnis yang berkelanjutan dan bukan hanya kebijakan sesaat. Memberikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan tidak hanya kepada pelanggan eksternal tetapi juga kepada pelanggan internal atau para karyawan. Memberikan kepuasan kepada pelanggan eksternal maupun internal harus menjadi tujuan setiap level dalam perusahaan guna meningkatkan bonafiditas dan citra perusahaan.

1) Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

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

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyak perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relation release*.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka pelanggan memiliki pilihan semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar pelanggan semakin besar. Hak-hak pelanggan pun mulai

mendapatkan perhatian besar, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu. Para peneliti perilaku pelanggan yang semakin banyak yang tertarik dan menekuni topik kepuasan pelanggan dalam rangka mengupayakan pemecahan maksimum dari pemenuhan kepuasan para pelanggan.

2) Tingkatan Hubungan dengan Pelanggan

Untuk menciptakan loyalitas pelanggan, perusahaan hendaknya melakukan strategi yang berwawasan hubungan kemitraan dengan pelanggan.

Menurut Husein Umar (1997:240) terdapat lima tingkat hubungan dengan pelanggan, tingkat-tingkat itu adalah :

- a. Biasa, wiraniaga menjual produk namun tidak menghubungi pelanggan lagi
- b. Reaktif, wiraniaga menjual produk dan meminta pelanggan menghubunginya, misalnya: jika mempunyai suatu keluhan
- c. Bertanggung jawab, wiraniaga menghubungi pelanggan segera setelah penjualan untuk menanyakan apakah produk atau jasa memenuhi harapan pelanggan atau tidak.
- d. Proaktif, wiraniaga menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu dengan saran untuk peningkatan penggunaan produk

- e. Kemitraan, perusahaan terus bekerja sama dengan pelanggan untuk mencapai penghematan bagi pelanggan atau membantu pelanggan bekerja lebih baik.

3) Manfaat Agar Terciptanya Kepuasan Pelanggan

Menurut Schnaars dalam buku strategi pemasaran (2008:24) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya :

- a. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang.
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Menurut Day (dalam Tse dan Wilton) dalam bukunya Fandy Tjiptono (1997:24), mengatakan bahwa, kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sementara menurut Wilkie (1990)

mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan jasa.

Enggel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Kotler (1996), menegaskan bahwa, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

4) Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2003:104) yang dikutip dari Buku (*Total Quality Management*) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya :

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, *customer hot lines*, dan lain-lain. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk

bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c. *Lost customer analysis* (analisis kehilangan pelanggan)

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survey kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara

langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Metode survey kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, yaitu :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti "Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan X pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, indifferen, puas, sangat puas" (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden juga dapat diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived satisfaction*).
- c. Metode lain adalah dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka miliki dengan penawaran dari perusahaan dan untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Selain itu responden juga dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemendan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*).

6. Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris sangat diperlukan guna sebagai tambahan referensi dan sebagai salah-satu bahan pemikiran bagi peneliti dalam penelitian ini. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang sudah membahas tentang Analisis *marketing mix* terhadap minat beli pelanggan sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Rin Yuniana (2009) dengan judul "tingkat kepuasan members terhadap strategi pemasaran di lembah fitness center universitas gajah mada". Teknik pengumpulan data menggunakan angket tertutup. Dengan menggunakan metode *nonprobability* sampling menggunakan teknik *accidental* sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Hasil penelitian tingkat kepuasan members terhadap strategi pemasaran di Lembah Fitness Center Universitas Gajah Mada sebagian besar pada kategori cukup puas dengan persentase sebesar 52,8 %, pada kategori puas sebesar 19,4 %, pada kategori kurang puas sebesar 11,1 %, pada kategori sangat puas sebesar 8,3 % dan kategori sangat tidak puas sebesar 8,3 %.
- b. Penelitian oleh Bayu (2014) dengan judul "Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Seyegan Sport Sleman Yogyakarta)" Penelitian ini merupakan penelitian korelasional menggunakan metode survei dengan instrumen angket. Subjek penelitian yang digunakan adalah pembeli di Seyegan Sport Sleman Yogyakarta yang berjumlah 50 orang. Teknik

analisis data menggunakan uji F. Hasil penelitian menunjukkan Uji keberatan koefisien tersebut dilakukan dengan cara mengonsultasi harga F 31 hitung $13,290 > F$ tabel (2,58) pada taraf signifikansi 5% dan $Ry(x1.x2.x3) = 0,736 > R(0.05)(18) = 0,243$, berarti koefisien tersebut signifikan. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "analisis produk, promosi, harga, dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian".

- c. Penelitian oleh Fransisca Andreani (2010) dengan judul "Analisa Kualitas Layanan Bisnis Makanan dan Minuman di Surabaya ditinjau dari Derajat Pemenuhan Kepuasan Pelanggan". Hasil penelitian ini menunjukkan kelima dimensi kualitas pelayanan yakni $X1=Tangible$ $X2=Empathy$ $X3=Responsiveness$ $X4=Reability$ dan $X5=Assurance$ terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- d. Penelitian oleh Wili Andri Merdian (2007) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study kasus TIKI Cabang Yogyakarta)". Hasil penelitian menunjukkan variable bukti langsung($X1$) dan variable empati($X5$) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y). Variable keandalan($X2$), variable daya tanggap($X3$), dan variabel jaminan($X4$) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y).

- e. Penelitian oleh Marismiati, S.E. dan Hendra Hadiwijaya, S.E. (2012) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan jasa BRT Transmusi Palembang”. Hasil penelitian menunjukkan variable *tangible*(X1) *reliability*(X4) dan *empaty*(X2) tidak berpengaruh signifikan. Variabel *responsiveness*(X3) dan *assurance*(X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

B. Kerangka Konsep

Berdasarkan uraian-uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk dapat meningkatkan pelayanan yang berkualitas perlu ditunjang oleh faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan bagi penerima pelayanan. Hal ini dapat diwujudkan dengan melakukan rangkaian kesatuan pelayanan sejak dari prosedur pelayanan sampai kepada keamanan pelanggan.

Dengan demikian kelemahan, kecepatan, kemudahan dan biaya yang murah merupakan bagian yang terpenting dalam penyelenggaraan pelayanan yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan yang baik yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan akan dapat memberikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dan kepuasan pelanggan merupakan hasil dari penyelenggara pelayanan yang baik dan berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam melaksanakan programnya, setiap perusahaan selalu dihadapkan pada bagaimana meningkatkan pendapatan jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Hal tersebut menjadi suatu hal yang wajar, karena

dalam teorinya, bahwa salah satu tujuan didirikannya sebuah bisnis adalah untuk mencapai pendapatan untuk jangka yang panjang.

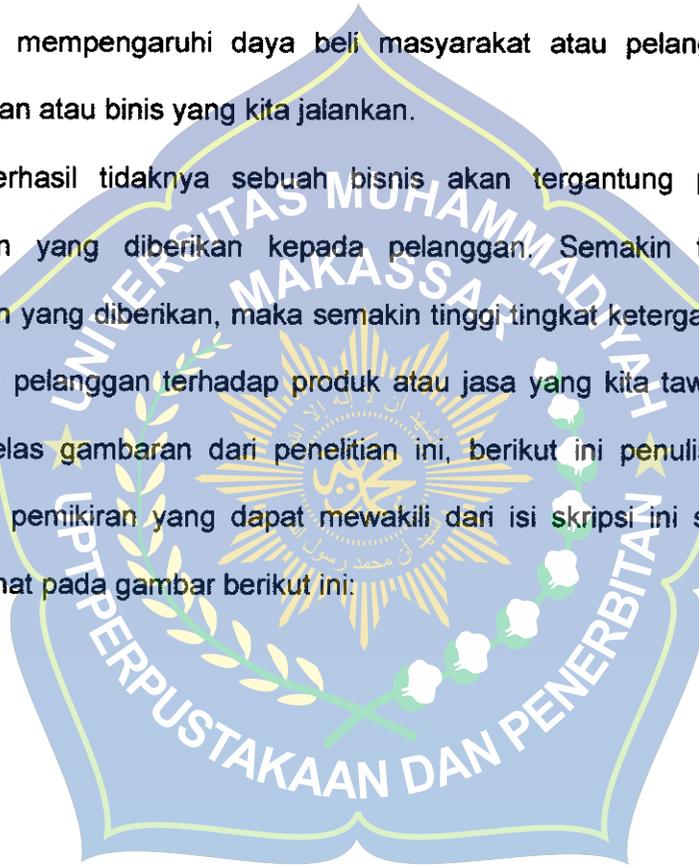
Menurut Prof. J. Supranto, MA (2006) mengatakan bahwa aspek mutu itu dapat diukur, dimana hasil dari pengukuran tersebut akan bermanfaat bagi pimpinan perusahaan yaitu :

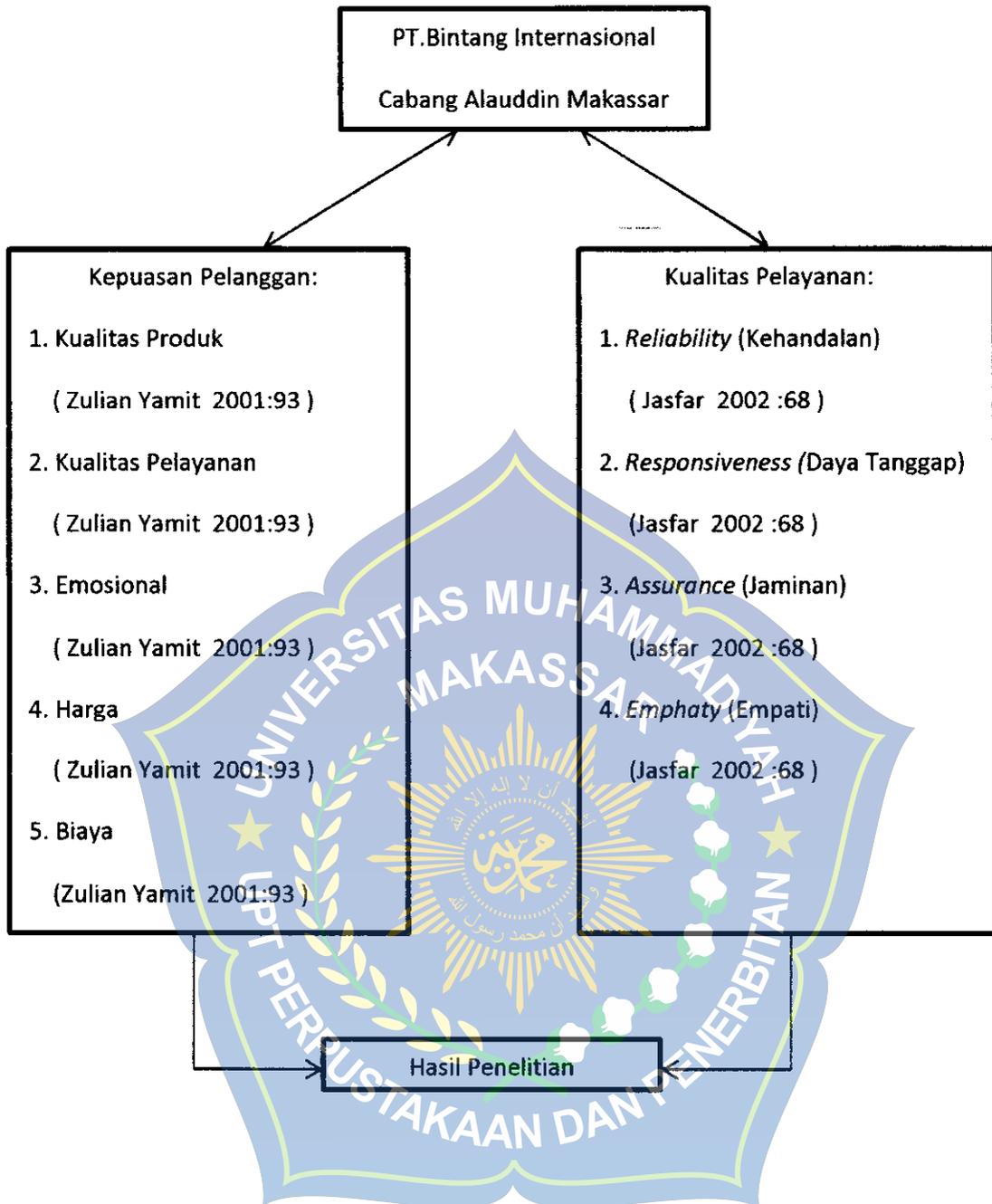
1. Dapat mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis
2. Mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan
3. Dapat memutuskan apakah perubahan yang dilakukan mengarah ke perbaikan (*Improvement*)

Menurut penulis salah satu variabel yang memberi kontribusi terhadap perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya, adalah sejauh mana kemampuan perusahaan melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam bisnis. Pada perusahaan atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri/bisnis lain yang sejenis telah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya.

Dalam melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas sebuah bisnis, khususnya pada sektor jasa terhadap kepuasan pelanggan, penulis melihat bahwa faktor-faktor seperti : bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan *empaty* merupakan bagian dari beberapa indikator dari kualitas pelayanan sebuah bisnis atau perusahaan untuk dilaksanakan. Dimana pada akhirnya faktor-faktor tersebut akan secara signifikan mempengaruhi daya beli masyarakat atau pelanggan kepada perusahaan atau bisnis yang kita jalankan.

Berhasil tidaknya sebuah bisnis akan tergantung pada konsep pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat ketergantungan atau kesetiaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang kita tawarkan. Untuk memperjelas gambaran dari penelitian ini, berikut ini penulis menyajikan kerangka pemikiran yang dapat mewakili dari isi skripsi ini secara umum dapat dilihat pada gambar berikut ini:





Gambar 2. 1 KERANGKA KONSEP

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan melihat Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar. Penelitian kualitatif tidak menguji teori, tidak menggunakan hipotesis dan variabel yang dirinci secara ketat. Meski demikian, penelitian ini menggunakan teori sebagai dasar dalam eksplorasi di lapangan.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini dapat memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan penelitian pada Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan selama penelitian kurang lebih tiga bulan, dimulai dari bulan November tahun 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti dari pelanggan, karyawan, dan pimpinan PT.. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar dengan menggunakan metode wawancara mendalam dan *observasi*.

2. Data Sekunder

Data yang berupa informasi dan dokumen serta catatan-catatan penting dari pelanggan, karyawan, dan pimpinan PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

E. Pengumpulan Data

Dalam hubungannya dengan permasalahan yang telah dikemukakan, penulis akan mengumpulkan data dengan teknik sebagai berikut:

1. Pengamatan (*Observasi*)

Melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan, khususnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Wawancara Mendalam (*Feed Interview*)

Memberikan sejumlah pertanyaan terstruktur kepada beberapa sampel pelanggan maupun karyawan yang bekerja pada lokasi yang diteliti.

Daftar pertanyaan akan terkait dengan informasi yang dibutuhkan.

3. Dokumentasi

Melakukan pengamatan secara langsung terhadap dokumen-dokumen atau arsip-arsip guna mendapatkan data yang mendukung penelitian.

F. Defenisi Operasional Variabel

1. Variabel x (Kualitas Pelayanan)

Indikator kualitas pelayanan antara lain:

a. Reliability (kehandalan)

Untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependdably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

b. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas, akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali jika kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi suatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

c. *Assurance* (Jaminan)

Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontakpersonel untuk menghilangkan sifat keragu-raguan pelanggan dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

d. *Emphaty* (Empati)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan pelanggan, komunikasi yang baik,

perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

e. *Tangibles* (Bentuk Fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi serta yang lainnya yang didapatkan harus ada dalam proses jasa.

2. Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Indikator Kepuasan Pelanggan antara lain:

a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

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

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyak perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relation release*.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka pelanggan memiliki pilihan semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar pelanggan semakin besar. Hak-hak pelanggan pun mulai mendapatkan perhatian besar, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu. Para peneliti perilaku pelanggan yang semakin banyak yang tertarik dan menekuni topik kepuasan pelanggan dalam rangka mengupayakan pemecahan maksimum dari pemenuhan kepuasan para pelanggan.

G. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data sebuah penelitian yang dilakukan dengan berbagai metode-metode penelitian seperti *observasi*, *interview* dan dokumentasi memerlukan alat bantu atau instrumen. Instrumen yang dimaksud yaitu telepon genggam, camera, pensil, pulpen dan buku-buku. Telepon genggam digunakan ketika peneliti mengambil foto dan video serta digunakan untuk

merekam suara ketika melakukan pengumpulan data, baik menggunakan metode *interview* maupun *observasi*. Sedangkan pensil, pulpen, dan buku-buku digunakan untuk menuliskan atau menggambarkan informasi data yang didapat dari narasumber.

H. Teknik Analisis

Menurut Sugiyono (2007:88), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Membahas masalah yang dikemukakan sebelumnya, penulis akan menganalisis data dalam penelitian dengan menggunakan metode analisis Deskriptif kualitatif. Analisa ini berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk uraian informasi kemudian dikembangkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan atau menguatkan suatu gambaran dalam hal ini yaitu mengenai kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Yang dimana bagian dari kualitas pelayanan karyawan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan pada saat melakukan pembelian. Semua data akan didapatkan dari hasil pengamatan, dokumentasi dan wawancara dengan semua pihak yang terlibat dalam penelitian nantinya.

Hasil evaluasi tersebut yang akan ditarik sebagai kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang muncul. Proses analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari hasil wawancara dengan semua pihak yang terlibat

terkait dengan kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

2. Reduksi data, yaitu dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Reduksi data yang digunakan peneliti adalah merangkum pernyataan pimpinan dalam wawancara yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.
3. Menyusun data hasil reduksi, data tersebut disusun menjadi satuan-satuan yang kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Satuan-satuan data dalam hasil reduksi dibedakan menjadi dua yaitu pengaruh penerapan kualitas pelayanan dan dampak kualitas pelayanan.
4. Menyajikan data dalam bentuk tabel dan sebagainya serta uraian singkat yang menjelaskan hubungan antar masing-masing kategori. Penyajian data dipetakan atas keberhasilan dari tiap program kualitas pelayanan.
5. Pemeriksaan keabsahan data, yaitu data yang diperoleh perlu diperiksa kembali untuk memeriksa keabsahan data sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

Keabsahan data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian menggunakan metode *triangulasi* yang dimana tingkat kebenaran data diperoleh dari sudut pandang yang

berbeda. Metode *triangulasi* yang digunakan peneliti berdasarkan pendekatan terhadap 3 obyek.

6. Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang *valid* dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang sudah *kredibel* atau dapat dipertanggungjawabkan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. Bintang Internasional

1. Sejarah dan gambaran umum perusahaan

PT. Bintang Internasional adalah perusahaan yang mempunyai konsep supermarket dan toko retail serta *sparepart gadget* dengan mengutamakan produk yang berkualitas, harga terjangkau, serta pelayanan yang terbaik. PT. Bintang Internasional menjadi salah satu perusahaan distributor yang paling diminati pelanggan di Sulawesi Selatan, dan mempunyai jaringan terluas di seluruh Indonesia.

PT. Bintang Internasional didirikan pertama kalinya pada tanggal 13 November 2006, oleh Andre Gunawan Horas di Mall MTC Makassar.

Adapun perjalanan cabang- cabang PT. Bintang Internasional antara lain:

- a. Toko Bintang pertama didirikan di Mall MTC (Makassar Trade Center) Lantai 3 Blok M1/ Kls Oleh Andre Gunawan Horas . Pada awalnya toko Bintang bernama Bintang Selluler yaitu pada Tahun 2006.
- b. Toko Bintang Celluler mengeluarkan produk aksesoris gadget dengan merek dagang (BINTANG) yaitu pada tahun 2009.
- c. Toko Bintang Celluler berganti nama menjadi Toko Bintang pada tahun 2011.
- d. Toko Bintang membuka Toko ke 2 di Jalan Pengayoman No. 78 dengan konsep super market pada tahun 2011.

- e. Dibentuklah badan usaha PT. BINTANG INTERNASIONAL yang memiliki 3 toko yang berada di Mall MTC, Jalan Pengayoman, dan Jalan Perintis pada tahun 2014.
- f. Dibuka Toko Bintang yang Ke 4 yang berada di Karebosi Link yaitu pada tahun 2015.
- g. Pada bulan November 2016 dibuka Toko Bintang Manado pada Tahun 2016.
- h. Dibuka Toko Bintang yang Ke 6 yang berada di Batangase Maros dan Veteran pada Tahun 2017.
- i. Kemudian Pada tahun 2018 dibuka Toko Bintang ke 7 yang berada di Jalan Sultan Alauddin.

2. Visi dan Misi PT. Bintang Internasional

a. Visi

Menjadi distributor dan toko retail aksesoris dan sparepart gadget dengan jaringan terluas dan terkemuka di Indonesia dengan mengutamakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau serta pelayanan yang terbaik.

b. Misi

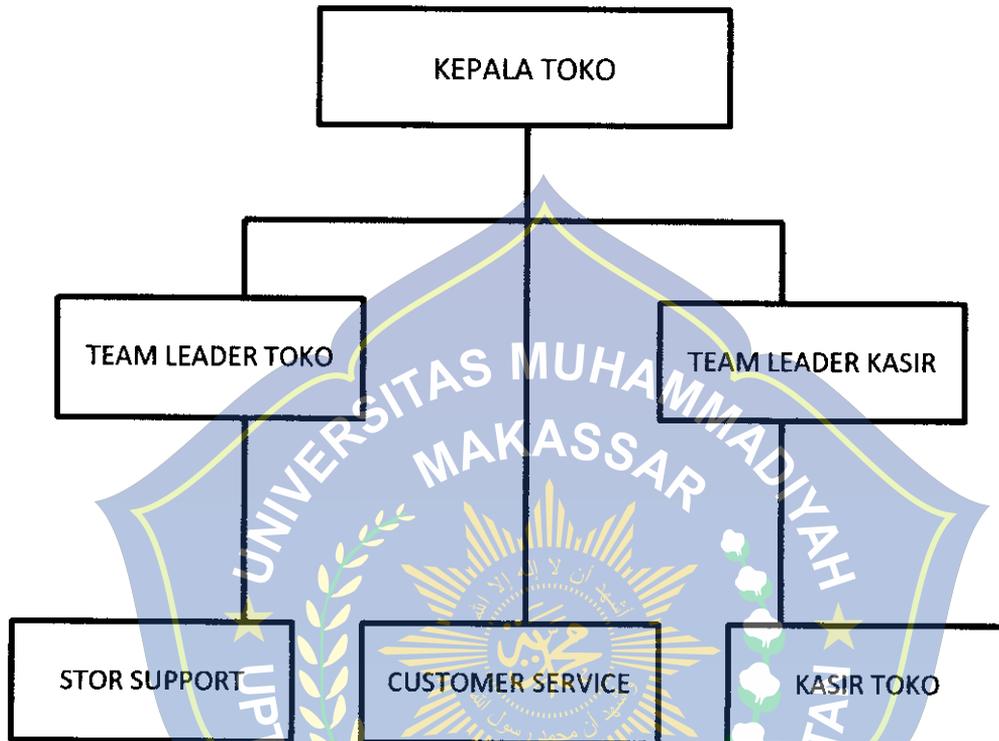
- Menyediakan produk yang berkualitas dan inovatif dengan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh bagian masyarakat.
- Mengutamakan kepuasan pelanggan/konsumen dalam berbelanja dengan memberikan pelayanan yang terbaik.
- Ikut berpartisipasi dalam membentuk program pemerintah dengan terus membuka lapangan kerja baru dan menyediakan kesempatan berkarir.

- Selalu menjadi mitra terbaik bagi perusahaan kecil – menengah dengan menyediakan produk dengan harga yang kompetitif.
- Menciptakan brand lokal yang diakui secara nasional.

3.Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab

a. Struktur Organisasi

Dalam menjelaskan suatu keadaan perusahaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan maka perlu untuk menyusun suatu organisasi agar nampak dengan jelas bagaimana organisasi dengan pendelegasian jabatan tersebut . Salah satu pernyataan yang cukup penting bagi perusahaan agar dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan, yaitu apabila terdapat pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas. Maka diharapkan dapat mendorong kerja yang baik untuk meningkatkan produktifitas pekerja serta keinginan untuk melakukan sesuatu yang sempurna sehingga dapat memperlancar pekerjaan dalam perusahaan.

STRUKTUR ORGANISASI PT. BINTANG INTERNASIONAL**CABANG ALAUDDIN MAKASSAR****Gambar 2.2. Struktur Organisasi**

b. Tugas dan Tanggung Jawab

1. Kepala Tokoh

- Tujuan Jabatan

Melakukan semua kegiatan yang berkaitan dengan strategi, kebijakan dan teknis operasional toko untuk mencapai target yang di tetapkan secara efisien, efektif dan optimum. Memberikan masukan kepada manajemen (*owner*) atas semua aspek yang berkaitan dengan fungsi pengelolaan operasional toko-toko sehingga dapat dibuat keputusan yang tepat dan cepat.

- Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas segala urusan pengelolaan operasional toko, mulai dari strategi promosi internal toko, program penjualan, penanganan dan pemeliharaan *assets* toko, penanganan barang dagangan dalam toko, dan sumber daya manusianya. Memastikan semua hal dan pekerjaan sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang telah disepakati atau ditetapkan. Uraian Pekerjaan dan Wewenang Antara lain:

Tugas Pokok	Indikator Penyelesaian
1. Membuat usulan strategi, kebijakan dan prosedur di bidang operasional dengan baik	Strategi, kebijakan dalam prosedur yang mengikuti kebutuhan dan dapat dilaksanakan dengan baik.

<p>2. Menghimpun data,informasi dan melakukan analisa dan <i>follow-up</i> penjualan harian.</p>	<p>Data dan administrasi yang baik dengan analisa operasional dan penjualan yang memberikan masukan untuk perencanaan dan pelaksanaan program-program promosi dan penjualan.</p>
<p>3. Melakukan inspeksi dan evaluasi kinerja teknis operasional harian toko dan melaporkannya kepada manajemen / <i>owner</i>.</p>	<p>Hasil inspeksi dan evaluasi dalam bentuk laporan agar menjadi prioritas untuk perbaikan.</p>
<p>4. tugas <i>ad hoc</i> operasional toko sesuai permintaan manajemen / <i>owner</i>.</p>	<p>Tugas <i>ad hoc</i> dapat di lakukan dengan baik.</p>
<p>5. Melakukan komunikasi dan memberikan masukan kepada maneger lain dan atau manajemen mengenai aspek teknis di bidang operasional toko.</p>	<p>Masukan teknis mengenai operasional toko yang dapat memberikan pembuat keputusan informasi yang baik,tepat dan cepat.</p>

<p>6. Bekerja dengan penuh tanggung jawab,sesuai prosedur,berinisiatif dan berdedikasi.Harus mempunyai mitifasi,kreatifitas dan semangat agar tercapai hasil kerja yang memuaskan.</p>	<p>Pekerjaan dapat di selesaikan dengan baik,efisiensi dan efektif.</p>
<p>7. Harus dapat melatih dan mendidik bawahannya dalam semua tugas yang menjadi tanggungjawabnya agar bawahannya menjadi terampil.</p>	<p>Bawahannya yang mempunyai kemampuan operasional teknis yang berkualitas dengan dedikasi yang baik melalui penelitian kinerja tahunya yang hasilnya baik.</p>
<p>Tugas Tambahan</p>	<p>Indikator keberhasilan</p>
<p>1. Melaksanakan semua tugas yang diberikan oleh atasan.</p>	<p>Semua tugas yang diberikan harus selesai denga baik dan benar.</p>
<p>2. Mengajari bawahannya mengenai cara kerja yang aman serta hal-hal yang perlu diperhatikan agar terhindar dari kecelakaan kerja.</p>	<p>Tidak terjadi kecelakaan kerja</p>

<p>3. Ikut serta dalam menjaga kebersihan dan higienitas lingkungan kerja.</p>	<p>Kebersihan dan higienitas lokasi kerja dan kantor.</p>
<p>4. Memberikan contoh teladan kepada bawahannya,serta memotivasi mereka agar senantiasanya berkerja dengan baik,disiplin dan berpenampilan menarik dan bersih,yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> a.Menjaga kebersihan badan. b.Mempunyai potongan rambut rapih dan sopan. c.Senangtiasa tampak muka bersih (kumis atau jenggot harus di rawat rapih). d.Memelihara kuku tangan pendek dan bersih. e.Berpakaian rapih,bersepatu polos hitam atau pantopel dan harus professional. 	<p>Menjadi panutan dan berpenampilan professional</p>

2. Team Leader Toko

Tugas dan Tanggung Jawab Team Liader Toko adalah langkah pertama yang efektif adalah dapat menciptakan perbedaan antara team, terkadang perbedaan itu bisa baik atau tidak. Tidak jelasnya maksud dari team merupakan penyebab dari kegagalan dan masalah team. Demi terwujudnya keberhasilan suatu pekerjaan maka

diperlukan *team liader* yang dapat mengatur dan bertanggung jawab sepenuhnya.

-. Tugas *Team Leader* Toko

- a. Membuat *schedule* kegiatan atau jadwal kegiatan pekerjaan
- b. Memonitor atau memantau progres pekerjaan yang dilakukan tenaga ahli
- c. Bertanggung jawab dalam melaksanakan supervisi langsung dan tidak langsung kepada semua karyawan yang berada di bawah tanggungjawabnya. Antara lain memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat mencapai tingkat batas minimum kemampuan yang diperlukan bagi teamnya dan dapat menerapkan sikap disiplin kepada karyawan sesuai dengan peraturan yang berlaku dari perusahaan.
- d. Bertanggungjawab dalam melaksanakan koordinasi dalam membina kerja sama team yang solid.
- e. Bertanggungjawab dalam mencapai suatu target pekerjaan yang telah ditetapkan dan sesuai dengan aturan perusahaan.
- f. Mengkoordinir seluruh aktifitas team dalam mengelola seluruh kegiatan di toko.
- g. Bertanggung jawab terhadap pemberi pekerjaan yang berkaitan terhadap kegiatan team pelaksana pekerjaan.
- h. Membimbing dan mengarahkan anggota team dalam mempersiapkan semua laporan yang diperlukan.
- i. Melakukan pengecekan hasil pekerjaan yang telah dilaksanakan

- j. Melaksanakan presentasi dengan direksi pekerjaan dan instansi terkait.

-.Tanggung jawab *Team Leader* Toko

Tanggungjawab *team leader* sangat bervariasi, tetapi biasanya mencakup beberapa tanggung jawab untuk membangun team dan memastikan kerja sama team. Istilah ini digunakan untuk menekankan sifat kooperatif dari team, berbeda dengan struktur komando yang khas, di mana kepala team adalah komandannya. Bekerja sebagai pemimpin team adalah semua tentang organisasi, delegasi, manajemen dan pemantauan kinerja yang secara efektif dan efisien.

Pemimpin team mengawasi operasi kegiatan sehari-hari mereka, memastikan semua karyawan harus berusaha keras dan secara maksimal, serta mendistribusikan beban kerja secara merata dan tingkat motivasi kinerja tetap terjaga dengan baik. Sementara banyak pemimpin team kadang-kadang terjebak bersama anggota team lainnya, bagian inti dari pekerjaan mereka adalah mengoordinasi team, mendelegasikan tugas, dan mengelola personil junior.

Adapun tanggungjawab dan tugas *team leader* toko antara lain:

- a. Menciptakan lingkungan team yang menginspirasi dengan budaya komunikasi terbuka
- b. Tetapkan tujuan team yang jelas

- c. Delelgasikan tugas dan tetapkan tenggat waktu (*deadline* waktu)
- d. Melakukan pengawasan kinerja sehari-hari
- e. Memotivasi anggota team
- f. Temukan kebutuhan pelatihan dan sediakan pelatihan
- g. Dengarkan umpan balik anggota team dan selesaikan masalah atau konflik apa pun
- h. Kenali prestasi tinggi dan prestasi penghargaan
- i. Dorong kreativitas dan pengambilan risiko
- j. Sarankan dan atur kegiatan pembangunan team

3. Team Leader Kasir

Tugas dan tanggung jawab seorang *team liader* kasir adalah melakukan proses pengawasan dan penanganan uang tunai dalam toko, serta membangun team yang sistematis dan terstruktur dalam menjalankan proses penjualan barang.

Adapun tugas dan tanggung jawab *Team Leader* kasir antara lain:

-Tugas *Team Leader* Kasir

- a. Memberikan tekanan kepada seluruh kasir agar penjualan setiap harinya meningkat
- b. Menempatkan kasir pada posisi yang dikehendaki
- c. Melakukan pencatatan atas semua transaksi baik *cancelan* maupun retur barang dari pelanggan

- d. Memberikan informasi bagi seluruh kasir toko mengenai produk diskon, harga member, tata cara penggunaan member, voucher dan promo-promo menarik lainnya.
- e. Melakukan pengawasan dan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang
- f. Melakukan pengecekan atas stok bulanan

-Tanggung jawab *Team Leader* Kasir

- a. Melakukan pengawasan dan perhitungan secara teliti agar tidak terjadi selisih antara produk dan uang yang ada dengan laporan yang telah dibuat.
- b. Mampu berkomunikasi dengan baik dan benar kepada seluruh karyawan dan pelanggan
- c. Mampu menyikapi dan menanggapi dari seluruh masukan serta complenan Pelanggan

4.Store Support

Store Support adalah karyawan yang berdiri di area lorong toko yang dimana karyawan tersebut yang paling vital dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. Salah satu bentuk pelayanan ini yang paling membudaya adalah masalah pengarahan pelanggan ke tempat penempatan atau tempat pendisplayan barang ketika pada saat pelanggan bertanya, sebab sebagian besar pelanggan tidak mengetahui posisi letak barang tersebut didisplayi. *Store Support* juga aktif dalam mengelola barang yang baru masuk di toko, mulai dari pengecekan barang tersebut sampai barang

tersebut di display dan siap di jual serta menggudangkan barang yang kuantitinya paling banyak. Oleh karena itu perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mumpuni, mempunyai etos kerja yang lebih dan mampu menciptakan kerja sama team yang solid.

Adapun tugas dan tanggung jawab *Store Support* antara lain:

-Tugas *Store Support*

- a. Pengecekan dan pengepakan barang
- b. Memasukkan alat sensor
- c. Menempelkan barcode
- d. Penyegehan barang
- e. Melakukan *purchase order* (PO)

-Tanggung Jawab *Store Support*

- a. Menghitung stok item barang yang ada di toko dengan yang ada di sistem (*stock opname*)
- b. Membersihkan dan merapikan barang yang ada di displayan atau di toko
- c. Mempunyai komunikasi yang baik, sopan, dan ramah
- d. Mengevaluasi pekerjaan yang telah ditetapkan atau dilaksanakan
- e. Mampu bekerja sama dengan team

5. *Customer service*

Customer service secara umum adalah setiap aktifitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui

pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan pelanggan, pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi.. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting dalam memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, perwakilan *customer service* harus betul-betul memahami kondisi keluhan dan pertanyaan pelanggan, memberi informasi tentang produk dan layanan, menerima pesanan, dan memproses pengembalian barang atau retur barang. Selain itu, *customer service* juga aktif dalam memproses pesanan, modifikasi, dan meningkatkan pengaduan di sejumlah saluran komunikasi.

Adapun tugas dan tanggung jawab *customer service* antara lain:

.Tugas *Customer Service*

Tugas *customer service* adalah seorang *customer service* harus pandai mencari jalan keluar untuk menyelesaikan berbagai masalah-masalah yang dihadapi oleh pelanggan atau tamunya serta memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan baik dengan pelanggan.

Adapun tugasnya antara lain:

a. Penerima pelanggan

Dalam hal ini seorang *customer service* harus melayani pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pelanggan serta

memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin secara ramah, sopan, menarik dan menyenangkan. Harus selalu memberi perhatian, bicara dengan suara jelas serta lembut, dan memakai bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan.

b. Customer relation office

Artinya bahwa customer service dapat membina hubungan baik dengan pelanggan. Sehingga merasa puas, senang, dan juga semakin percaya.

c. Komunikator

Dengan cara memberikan berbagai informasi dan kemudahan-mudahan kepada pelanggan, juga sebagai tempat menampung berbagai macam keluhan, keberatan ataupun sebagai tempat konsultasi.

-Tanggung Jawab Customer Service

- a. Menanggapi pertanyaan dari pelanggan tentang pesanan masa lalu, saat ini dan yang tertunda
- b. Menjawab panggilan telepon, faks, dan email
- c. Mengisi dokumen
- d. Memelihara Peralatan Kantor
- e. Mempertahankan sikap positif, empati dan profesional terhadap pelanggan setiap saat
- f. Menanggapi pertanyaan pelanggan dengan segera

- g. Berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran
- h. Mengakui dan menyelesaikan keluhan pelanggan
- i. Mengetahui fungsi produk, garansi produk, syarat garansi dan tujuan produk
- j. Memproses pesanan, formulir, aplikasi, dan permintaan
- k. Menyimpan catatan interaksi pelanggan, transaksi, komentar dan keluhan
- l. Berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik
- m. Memberikan umpan balik tentang efisiensi proses layanan pelanggan
- n. Memastikan kepuasan pelanggan dan memberikan dukungan pelanggan secara profesional

6.kasir

Kasir adalah salah satu posisi yang sangat penting pada sebuah toko. Hal ini karena kasir merupakan orang yang berhadapan langsung dengan pelanggan dan keuangan toko. Maka, orang yang layak menempati jabatan ini adalah dia yang berkepribadian yang baik, berpenampilan menarik dan tidak ceroboh. Kasir yang sopan dan bisa melayani pelanggan dengan baik tentu akan mempermudah mencapai target *closing* penjualan. Untuk itu, seorang kasir harus mengetahui apa tugas dan tanggungjawab mereka.

Adapun tugas dan tanggung jawab kasir antara lain:

-Tugas kasir

Seorang kasir harus memahami apa yang menjadi tugasnya agar bisa bekerja dengan baik. Tugas secara umum seorang kasir antara lain sebai berikut:

- a. Menjalankan proses penjualan dan penerimaan pembayaran

Kasir merupakan ujung tombak di toko yang langsung *head to head* dengan pelanggan yang akan membayar. Sikap yang sopan dan ramah serta penampilan yang menarik dan rapi sangat penting untuk ditonjolkan. Selain itu, seorang kasir juga juga harus pandai berkomunikasi dengan pelanggan agar suasana tidak kaku saat menerima pembayaran seorang kasir harus teliti. Pengecekan uang kertas harus asli atau palsu dengan lampu ultra violet harus dilakukan. Pada saat memberikan kembalian pun, uang harus dihitung jangan sampai lebih atau kurang, dan harus pas.

- b. Mencatat setiap transaksi

Semua transaksi penjualan harus dicatat dengan teliti, jangan sampai ada yang terlewat atau bahkan salah terutama pada penulisan angka karena akan berakibat fatal. Namun, sekarang tugas pencatatan transaksi sudah digantikan dengan *software point of sales* (aplikasi penjualan) yang jumbuh digunakan di toko. Meski demikian, tetap saja kasir harus teliti saat memasukkan data barang yang telah dibeli oleh pelanggan.

- c. Membantu memberikan informasi mengenai suatu produk kepada pelanggan

Pelanggan terkadang menanyakan harga, ketersediaan bahkan informasi mengenai barang pada kasir. Maka pengetahuan tentang suatu produk dan komunikasi yang baik, sopan dan ramah sangat penting. Kasir harus memiliki sikap tersebut agar pelanggan merasa nyaman dan senang karena rasa ingin tahunya bisa terjawab.

- d. Melayani transaksi dan *packing* barang

Selama melakukan pencatatan barang ke *software* penjualan, seorang kasir perlu mengajak pelanggan berbicara dengan ramah secukupnya sebagai basa-basi atau bisa juga menawarkan produk lainnya.

- e. Melakukan pengecekan barang sebelum menyerahkan ke pelanggan

Penyerahan barang kepada pelanggan dilakukan setelah proses pencatatan transaksi dan pembayaran selesai. Namun sebelum memberikan barang, kasir harus mengecek apakah semua barang sudah masuk dikantong plastik atau belum.

-Tanggung Jawab Kasir

Semua pekerjaan sudah seharusnya diselesaikan dengan baik dan penuh tanggung jawab. Begitu juga kasir mempunyai

tanggung jawab dalam menjalankan tugas-tugasnya. Berikut ini beberapa tanggung jawab kasir antara lain:

a. Bertanggung jawab terhadap transaksi penjualan

Mencatat setiap transaksi penjualan adalah tugas utama yang harus dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab oleh seorang kasir. Jika ada transaksi salah misalnya uang di laci kurang pada saat akan tutup *shift* atau tutup hari, maka kasir harus menggantinya.

b. Menyetorkan uang transaksi penjualan dan serah terima *shift*

Kasir harus segera menyetorkan uang hasil penjualan kepada atasannya atau (*team liader* kasir) beserta laporan atau bukti transaksi. Setelah itu, melakukan serah terima *shift* pada kasir di *shift* berikutnya.

c. Memberikan laporan pada atasan

Jika ada sesuatu hal yang kurang dipahami, sebaiknya segera melapor kepada atasan karena untuk menghindari kesalahan yang fatal dan segera mungkin dilakukan pencegahan sehingga resiko keuangan bisa diminimalkan.

B.Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis dekskriptif kualitatif, analisa ini berdasarkan data yang dinyatakan dalam bentuk uraian informasi kemudian dikembangkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan atau menguatkan suatu gambaran dalam hal ini yaitu mengenai kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer yang diambil secara langsung dari objek penelitian dengan cara obserpasi dan wawancara kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari dokumen-dokumen perusahaan. Data ini merupakan gambaran umum perusahaan seperti sejarah dan gambaran perusahaan serta struktur organisasi.

1. Karakteristik Informal Penelitian

Jumlah informal dalam penelitian ini adalah 3 orang yang terdiri dari Kepala Toko, Karyawan, dan Customer PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian ini di dapatkan melalui wawancara yang dilakukan kepada responden. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Kepala Toko, Pelanggan, dan kariawan PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar, Maka peneliti Mendeskripsikan hasil wawanacara sebagai berikut:

Pertama peneliti melakukan wawancara Selasa, 24 Desember 2019 kepada Kepala Toko PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar Bapak Rudi Hartono, Bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Lalu peneliti menanyakan Bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

"Adapun analisis dari kualitas pelayanan ini adalah berdampak pada citra perusahaan itu sendiri. Tergantung pada kualitas yang diberikan oleh karyawan tersebut baik atau buruk".

Kemudian peneliti menanyakan bagaimanakah sistem pelayanan yang baik dan buruk itu? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

" Pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai pelayanan yang di harapkan pelanggan, jika pelayanan ini dapat melampaui harapan pelanggan maka jenis pelayanan ini dapat di kategorikan sebagai pelayanan yang berkualitas atau sangat memuaskan, sedangkan sistem pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan".

Selanjutnya peneliti bertanya apakah yang harus dilakukan oleh karyawan supaya pelayanan itu tetap terjaga? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

“Yang harus dilakukan karyawan adalah menjaga sikap yang baik kepada pelanggan, yaitu mengutamakan 4S+STAR”.

Peneliti kembali bertanya apa yang dimaksud dengan (4S+STAR) itu? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

“ Yang dimaksud dengan (4S+STAR) yaitu; senyum, sapa, salam, dan sopan. Adapun Starnya adalah sapa pelanggan dengan ramah, tanyakan apa keluhannya, atasi permasalahannya, respect ke pelanggan dan sampaikan terimakasih”.

Kemudian peneliti bertanya bagaimana jika sistem pelayanan ini tidak diterapkan sebagaimana mestinya, apakah ada konsekuensi yang akan didapat oleh karyawan atau banyaknya pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan karyawan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

“ Yah, jika salah satu karyawan tidak menjalankan sesuai dengan aturan perusahaan maka karyawan tersebut akan mendapatkan sanksi berupa surat teguran (ST) atau pun surat peningatan (SP)”.

Lalu peneliti menanyakan apa faktor manfaat dan tujuan jika system pelayanan karyawan dan kepuasan pelanggan tetap terjaga? Informan **Bapak Rudi Hartono** menjawab:

“Salah satu faktor yang paling mempengaruhi adalah meningkatnya omset penjualan yang dihasilkan, jika pelanggan merasa puas akan suatu pelayanan maupun produk Bintang itu sendiri”.

Kedua peneliti melakukan wawancara Sabtu, 28 Desember 2019 kepada salah satu Karyawan atas nama **Bapak Muh.Iman** tentang kualitas pelayanan karyawan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Peneliti lalu menanyakan apakah itu pelayanan? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Pelayanan adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain”.

Kemudian peneliti menanyakan seberapa pentingkah itu pelayanan? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Selama masih ada produk yang kita tawarkan atau yang kita jual, maka kepentingan kepuasan pelanggan itu menjadi prioritas kami”.

Kemudian peneliti menanyakan poin-poin pelayanan apakah yang diberikan kepada pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Adapun poin-poin pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yaitu standarisasi pelayanan pelanggan, memberikan *service excellence*, *customer service trends*, *happy* pelanggan dan *reward* pelanggan”.

Kemudian peneliti menanyakan apakah yang dimaksud dengan poin-poin pelayanan itu yang Bapak sebutkan? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Adapun pada standarisasi pelayanan pelanggan adalah dimana menerapkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan standar perusahaan, kemudian *service excellence* mencoba membuat pelayanan emaksimal dan sempurna mungkin, *customer service trends* yaitu memberikan pelayanan penuh selama operasional perusahaan berlangsung, *happy customers* memberikan pelayanan dengan senyuman yang tulus, sapaan hangat, perilaku dalam memberikan pelayanan yang santun dan semangat dalam bekerja. Serta *reward program* adalah pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal terhadap perusahaan ini”.

Lalu peneliti menanyakan apakah selama ini di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar sudah menerapkan hal seperti itu, kalau pun belum kenapa, dan apa kendalanya? **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Yah, konsep seperti ini sudah diterapkan dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin, sebab ini sudah menjadi aturan perusahaan yang , jika memang ada yang keluar dari aturan itu rata-rata karyawan tersebut biasanya baru direkrut atau training”.

Peneliti lalu menanyakan apa solusi bagi karyawan training ini supaya tidak mempunyai kendala dalam proses pelayanan? **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Solusi bagi karyawan ini biasanya pimpinan memberikan kelas evaluasi setiap 1 minggu sekali supaya proses pelayanannya baik dan pengenalan barangnya juga baik”.

Kemudian peneliti menanyakan jika ini sudah dilaksanakan, apakah sudah bagus penerapannya? **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Selama dilaksanakannya kelas evaluasi biasanya anak training tersebut sudah ada perubahan yang signifikan”.

Peneliti lalu menanyakan apakah pelayanan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar sudah baik? **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“yah, sistem pelayanan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar itu sudah diterapkan dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin”.

Lalu peneliti bertanya bagaimanakah respon pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan Bapak Muh.Iman menjawab:

“Adapun respon dari pelanggan yang datang adalah memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi”.

Lalu peneliti menanyakan produk apa saja yang tersedia di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan Bapak Muh.Iman menjawab:

“Produk yang disediakan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar untuk pelanggan yaitu, aksesoris *handpbhone* dan barang *sparepart* gadget. Yang contohnya *silicone*, anti gores, cas, kabel data, speaker aktif, *heandset*,batrei, memori, *flashdisk*, lcd, toskrin dan lain-lain sebagainya”.

Lalu peneliti menanyakan apakah selama ini ketika pelanggan yang datang membeli barang yang diinginkan lengkap atau tidak?

“Alhamdulillah rata-rata pelanggan yang datang jika produk yang iya cari keinginannya sudah terpenuhi atau atau stok barang yang iya cari ada. Namun, masih ada juga sebagian pelanggan keinginannya belum terpenuhi, disebabkan karena pelanggan tersebut mencari produk selain daripada aksesoris handphone”.

Lalu peneliti menanyakan pelayanan yang seperti apa yang diberikan karyawan untuk pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Memberikan produk yang berkualitas serta bebas dari kerusakan ataupun kecatatan, memberikan kualitas pelayanan yang ramah (4S+STAR), fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan, memperhatikan harga nilai produk yang ditawarkan, berikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, perlakukan pelanggan layaknya Bos, komunikasi yang efektif dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan setia”.

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan yang mendasar PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar memberikan konsep pelayanan yang seperti itu? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Sebagai toko retail karyawan harus mampu menempatkan pelanggan pada posisi pertama, pelanggan adalah aspek yang sangat penting bagi bisnis perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang baik, perusahaan akan mendapatkan keuntungan, sebab pelanggan tidak hanya melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, namun mereka melihat cara karyawan bersikap kepada mereka”.

Lalu peneliti menanyakan apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan untuk peningkatan jumlah pelanggan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Jelas sangat berpengaruh, jika pelanggan merasa puas akan suatu kualitas pelayanan yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasa sangat puas akan suatu produk yang ditawarkan, dan tentunya juga berdampak pada omset penjualan yang dihasilkan pun ikut naik”.

Lalu peneliti menanyakan selama ini pernahka ada kasus terkait dengan pelayanan karyawan yang tidak memuaskan untuk pelanggan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Yah, pernah ada. Kasus itu di pemasangan anti gores, salah satu karyawan yang bertugas disana tidak memberikan antrian yang sesuai kepada pelanggan yang baru datang maupun yang sudah lama mengantri”.

Kemudian peneliti menanyakan ketika ada pelanggaran atau pelayanan yang tidak sesuai di toko apakah karyawan tersebut mendapatkan teguran atau sanksi dari pimpinan PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar, jika iya sanksi yang seperti apa yang diberikan oleh pimpinan? Informan **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Jika memang karyawan tersebut melakukan pelanggaran yang tidak sesuai dengan konteks pelayanan yang baik maka pimpinan memberikan sanksi yang berupa surat peringatan (SP) atau surat teguran (ST)”.

Serta peneliti menanyakan apa dampak yang diterima jika kurangnya pelayanan yang diberikan perusahaan untuk pelanggan? **Bapak Muh.Iman** menjawab:

“Adapun dampak yang diterima perusahaan jika kurang dalam memberikan proses pelayanan adalah permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualan, pelanggan yang kurang puas dengan suatu pelayanan tidak akan datang membeli produk yang kita tawarkan, dan pelanggan juga yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada pelanggan yang lain tentang keburukan pelayanan yang didapatkan”.

Ketiga peneliti melakukan wawancara Jum'at, 3 Januari 2020 kepada pelanggan atas nama **Bapak Ardiansyah** tentang pemberian pelayanan karyawan kepada pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar.

Peneliti menanyakan apakah selama ini Bapak berbelanja di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar, apakah Bapak sudah merasa puas, jika merasa puas kenapa, dan jika tidak puas kenapa? Informan **Bapak Ardiansyah** menjawab:

“Selama ini saya merasa puas akan pelayanan yang diberikan karyawan, akan tetapi masih ada aspek yang perlu diperbaiki yaitu dalam menyampaikan penjelasan terhadap pelanggan, yang dibutuhkan pelanggan itu adalah penjelasan harus tepat dan detail supaya kita mengetahui secara pasti fungsi dan kegunaan barang tersebut yang kita akan beli”.

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana respon yang diberikan oleh Bapak ketika karyawan A,B,C atau D dalam memberikan proses pelayanan? Informan **Bapak Ardiansyah** menjawab:

“Respon saya terhadap karyawan A,B,C atau D tentulah agak berbeda. Kenapa, karena karyawan tersebut dalam menyampaikan penjelasan ada yang mudah dimengerti dan ada juga yang kurang dimengerti meskipun dari penjelasan tersebut tujuan dan fungsinya sama”.

Kemudian peneliti menanyakan dari beberapa penjelasan dan pelayanan karyawan A,B,C atau D. Apakah Bapak menyimpan sebuah rasa atau apa ketika berbelanja di perusahaan ini? Informan **Bapak Ardiansyah** menjawab:

“Tentulah tidak, sebab pelanggan juga memfilter dan menyaring kembali serta meluruskan dari pihak karyawan itu sendiri”.

Kemudian peneliti menanyakan apakah selama ini Bapak ketika datang berbelanja, produk yang ditawarkan lengkap atau masih ada yang kosong? Informan **Bapak Ardiansyah** menjawab:

“Selama ini saya berbelanja di PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar barang yang saya inginkan itu selalu tersedia dan lengkap”.

Serta peneliti menanyakan kira-kira apa yang menjadi alasan Bapak lebih memilih PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar ketimbang perusahaan yang notabene juga sama menjual aksesoris *Handphone* yang serupa? Informan **Bapak Ardiansyah** menjawab:

“Saya memilih PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar karena produk yang ditawarkan menarik, bergaransi, murah dan bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat”.

C. Pembahasan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan semua perusahaan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik tentunya sangat mempengaruhi kualitas perusahaan itu sendiri. Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan

merupakan cara untuk memperoleh pelanggan baru dengan menggabungkan berbagai cara. Kepuasan pelanggan sendiri yaitu respon atau tanggapan yang diberikan para pelanggan setelah terpenuhinya kebutuhan mereka akan sebuah produk, sehingga para pelanggan memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran atau bisnis.

Keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan dapat dicapai jika kepuasan pelanggan terpenuhi. Namun untuk memperoleh kepuasan tidaklah mudah, karena tiap pelanggan mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda-beda walaupun membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya sistem pelayanan yang mendukung, system pelayanan ini adalah dengan menggunakan (4S+STAR). Sehingga para pelanggan akan merasa senang dengan produk yang yang dibutuhkan, serta nyaman dalam pelayanan yang diberikan.

Adanya kepuasan pelanggan juga sangat mempengaruhi omset penjualan yang dihasilkan. Jika pelanggan merasa sangat puas akan suatu produk maka permintaan akan meningkat dan omset penjualan pun ikut naik, sebaliknya jika pelanggan tidak merasa puas maka permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualannya. Hal penting lainnya yang harus diperhatikan yaitu, pelanggan yang kurang puas dengan suatu produk dan pelayanan yang ia dapatkan maka pelanggan tersebut tidak akan membeli ataupun tidak akan lagi produk yang kita tawarkan. Selain itu, pelanggan yang kurang puas juga dapat menceritakan kepada pelanggan

lain tentang keburukan pelayanan yang mereka dapatkan, sehingga dapat menimbulkan citra buruk dikalangan para pelanggan. Untuk itu perlu adanya strategi meningkatkan kepuasan pelanggan yang berkualitas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapatkan beberapa kesimpulan antara lain:

1. Pengaruh kualitas pelayanan karyawan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar menggunakan sistem pelayanan (4S+STAR).
2. Sebagai toko retail, strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah karyawan memberikan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang ramah, fokus pada kepentingan atau pencapaian pelanggan, memberikan jaminan atau garansi pada produk yang diberikan, memperlakukan pelanggan layaknya bos, menggunakan komunikasi yang efektif, dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan setia.
3. Adapun poin-poin pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar agar merasa nyaman dan puas adalah standarisasi pelayanan, *service excellence*, *customer service trends*, *happy customers*, dan *reward* pelanggan.

B. Saran

1. Untuk mencegah terjadinya keluhan dari pelanggan, karyawan harus membuat kartu antrian khusus bagi pelanggan yang akan

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhammad. 2006. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*. Cetakan Pertama. Pustaka Amani: Jakarta
- Hasibuan, Malayu S.P. 2002 . *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara: Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi: Yogyakarta
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Rivai (2009) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta Kesembilan
- Sulistiyani dan Rosidah, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Garaha Ilmu Yogyakarta.
- Jasfar,F, (2002) "*Kualitas Jasa dan Hubungannya Dengan Loyalitas Serta Komitmen Konsumen: Study Pada Pelanggan Salon Kecantikan*". *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 17. No. 1. 43-46
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produksi Dan Jasa*. Edisi Kesatu. Ekonosia; Yogyakarta
- Rachmawati Kusdyah 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: ANDI
- Mangkunegara A.A Anwar Prabu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Enggel, (1990) *Customer Behavior*. Diterjemahkan Oleh; F X Budiarto.
Perilaku Konsumen, Jilid II. Binarupa Askara, Jakarta.





WAWANCARA I

Nama Informan : Bapak Rudi Hartono

Jabatan : Kepala Toko PT.Bintang Internasional
Cabang Alauddin Makassar

Hari/ Tanggal : Selasa, 24 Desember 2019

Jam : 11.00 WITA

Tempat wawancara : PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin
Makassar

Topik Wawancara : Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan
Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.
Bintang Internasional Cabang Alauddin
Makassar

MATERI WAWANCARA	
Peneliti (Fajar Irwan)	Bagaimana Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?
Informan (Bapak Rudi Hartono)	"Adapun analisis dari kualitas pelayanan ini adalah berdampak pada citra perusahaan itu sendiri.Tergantung pada kualitas yang diberikan oleh

	karyawatersebut baik atau buru
Peneliti (Fajar Irwan)	Bagaimanakah sistem pelayanan yang baik dan buruk itu?
Informan (Bapak Rudi Hartono)	<p>“Pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai pelayanan yang di harapkan pelanggan, jika pelayanan ini dapat melampaui harapan pelanggan maka jenis pelayanan ini dapat di kategorikan sebagai pelayanan yang berkualitas atau sangat memuaskan, sedangkan sistem pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspestasi pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan”.</p>
Peneliti (Fajar Irwan)	Apakah yang harus dilakukan oleh karyawan supaya pelayanan itu tetap terjaga?

<p>Informan (Bapak Rudi Hartono)</p>	<p>"Yang harus dilakukan karyawan adalah menjaga sikap yang baik kepada pelanggan, yaitu mengutamakan 4S+STAR".</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apa yang dimaksud dengan (4S+STAR) itu?</p>
<p>Informan (Bapak Rudi Hartono)</p>	<p>"Yang dimaksud dengan (4S+STAR) yaitu; senyum, sapa, salam, dan sopan. Adapun Starnya adalah sapa pelanggan dengan ramah, tanyakan apa keluhannya, atasi permasalahannya, <i>respect</i> ke pelanggan dan sampaikan terimakasih".</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Bagaimana jika sistem pelayanan ini tidak diterapkan sebagaimana mestinya, apakah ada konsekuensi yang akan didapat oleh karyawan atau banyaknya pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan?</p>
<p>Informan (Bapak Rudi Hartono)</p>	<p>Yah, jika salah satu karyawan tidak menjalankan sesuai dengan aturan perusahaan maka karyawan tersebut akan mendapatkan sanksi berupa (ST/SP)</p>

Peneliti (Fajar Irwan)	Apa faktor manfaat dan tujuan jika system pelayanan karyawan dan kepuasan pelanggan tetap terjaga?:
Informan (Bapak Rudi Hartono)	"Salah satu faktor yang paling mempengaruhi adalah meningkatnya omset penjualan yang dihasilkan, jika pelanggan merasa puas akan suatu pelayanan maupun produk Bintang itu sendiri"



WAWANCARA II

Nama Informan : Bapak Muh. Iman

Jabatan : Karyawan PT.Bintang Internasional
Cabang Alauddin Makassar

Hari/ Tanggal : Sabtu, 28 Desember 2019

Jam : 13.30 WITA

Tempat wawancara : PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin
Makassar

Topik Wawancara : Tentang Kualitas Pelayanan Karyawan
Pada PT..Bintang Internasional Cabang
Alauddin Makassar

MATERI WAWANCARA	
Peneliti (Fajar Irwan)	Apakah itu pelayanan?
Informan (Bapak Muh.Iman)	"Pelayanan adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain".
Peneliti (Fajar Irwan)	Seberapa pentingkah itu pelayanan?
Informan (Bapak Muh.Iman)	"Selama masih ada produk yang kita tawarkan atau yang kita jual, maka kepentingan kepuasan pelanggan itu

	menjadi prioritas kami”.
Peneliti (Fajar Irwan)	Poin-poin pelayanan apakah yang diberikan kepada pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?
Informan (Bapak Muh.Iman)	“Adapun poin-poin pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yaitu standarisasi pelayanan pelanggan, memberikan <i>service excellence</i> , <i>customer service trends</i> , <i>happy pelanggan</i> dan <i>reward pelanggan</i> ”.
Peneliti (Fajar Irwan)	Apakah yang dimaksud dengan poin-poin pelayanan itu yang Bapak sebutkan? :
Informan (Bapak Muh.Iman)	“Adapun pada standarisasi pelayanan pelanggan adalah dimana menerapkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan standar perusahaan, kemudian <i>service excellence</i> mencoba membuat pelayanan semaksimal dan sempurna mungkin, <i>customer service trends</i> yaitu memberikan pelayanan penuh selama operasional perusahaan berlangsung, <i>happy customers</i> memberikan pelayanan dengan senyuman yang tulus, sapaan

	<p>hangat, perilaku dalam memberikan pelayanan yang santun dan semangat dalam bekerja. Serta <i>reward program</i> adalah pemberian penghargaan kepada pelanggan yang loyal terhadap perusahaan ini”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apakah selama ini di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar sudah menerapkan hal seperti itu, kalau pun belum kenapa, dan apa kendalanya?</p>
<p>Informan (Bapak Muh. Iman)</p>	<p>“Yah, konsep seperti ini sudah diterapkan dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin, sebab ini sudah menjadi aturan perusahaan, jika memang ada yang keluar dari aturan itu rata-rata karyawan tersebut baru di rekrut atau training”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apa solusi bagi karyawan training ini supaya tidak mempunyai kendala dalam proses pelayanan?</p>
<p>Informan (Bapak Muh. Iman)</p>	<p>“Solusi bagi karyawan ini biasanya pimpinan memberikan kelas evaluasi setiap 1 minggu sekali supaya proses</p>

	<p>pelayanannya baik dan pengenalan barangnya juga baik”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Jika ini sudah dilaksanakan, apakah sudah bagus penerapannya?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Selama dilaksanakannya kelas evaluasi biasanya anak training tersebut sudah ada perubahan yang signifikan”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apakah pelayanan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar sudah baik?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Yah, sistem pelayanan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar itu sudah diterapkan dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Bagaimanakah respon pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Adapun respon dari pelanggan yang datang adalah memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi”.</p>

<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Produk apa saja yang tersedia di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>
<p>Informan (Bapak Muh. Iman)</p>	<p>"Produk yang disediakan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar untuk pelanggan yaitu, aksesoris <i>handphone</i> dan barang <i>sparepart gadget</i>. Yang contohnya <i>silicone</i>, anti gores, cas, kabel data, speaker aktif, <i>heandset</i>, batrei, memori, <i>flashdisk</i>, lcd, toskrin dan lain-lain sebagainya".</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Produk apa saja yang tersedia di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>
<p>Informan (Bapak Muh. Iman)</p>	<p>"Produk yang disediakan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar untuk pelanggan yaitu, aksesoris <i>handphone</i> dan barang <i>sparepart gadget</i>. Yang contohnya <i>silicone</i>, anti gores, cas, kabel data, speaker aktif, <i>heandset</i>, batrei, memori,</p>

	<p><i>flashdisk</i>, <i>lcd</i>, <i>toskrin</i> dan lain-lain sebagainya”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apakah selama ini ketika pelanggan yang datang membeli barang yang diinginkan lengkap atau tidak?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Alhamdulillah rata-rata pelanggan yang datang jika produk yang iya cari keinginannya sudah terpenuhi atau atau stok barang yang iya cari ada. Namun, masih ada juga sebagian pelanggan keinginannya belum terpenuhi, disebabkan karena pelanggan tersebut mencari produk selain daripada aksesoris <i>handphone</i>”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Pelayanan yang seperti apa yang diberikan karyawan untuk pelanggan yang datang di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Memberikan produk yang berkualitas serta bebas dari kerusakan ataupun kecatatan, memberikan kualitas pelayanan yang ramah (4S+STAR), fokus pada kepentingan atau pencapaian kepuasan pelanggan, memperhatikan harga nilai produk yang ditawarkan,</p>

	<p>berikan jaminan keamanan dari produk maupun pelayanan yang diberikan, perlakukan pelanggan layaknya Bos, komunikasi yang efektif dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan setia”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apa alasan yang mendasar PT.Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar memberikan konsep pelayanan yang seperti itu?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Sebagai toko retail karyawan harus mampu menempatkan pelanggan pada posisi pertama, pelanggan adalah aspek yang sangat penting bagi bisnis perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, perusahaan akan mendapatkan keuntungan, sebab pelanggan tidak hanya melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, namun mereka melihat cara karyawan bersikap kepada mereka”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan untuk peningkatan jumlah pelanggan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>

<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Jelas sangat berpengaruh, jika pelanggan merasa puas akan suatu kualitas pelayanan yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasa sangat puas akan suatu produk yang ditawarkan, dan tentunya juga berdampak pada omset penjualan yang dihasilkan pun ikut naik”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Pernahka ada kasus terkait dengan pelayanan karyawan yang tidak memuaskan untuk pelanggan di PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makassar?</p>
<p>Informan (Bapak Muh.Iman)</p>	<p>“Yah, pernah ada. Kasus itu di pemasangan anti gores, salah satu karyawan yang bertugas disana tidak memberikan antrian yang sesuai kepada pelanggan yang baru datang maupun yang sudah lama mengantri”.</p>
<p>Peneliti (Fajar Irwan)</p>	<p>Ketika ada pelanggaran atau pelayanan yang tidak sesuai di toko apakah karyawan tersebut mendapat teguran atau sanksi dari pimpinan PT. Bintang Internasional Cabang Alauddin Makssar, jika iya sanksi yang seperti apa yang</p>

	diberikan oleh pimpinan?
Informan (Bapak Muh.Iman)	<p>“Jika memang karyawan tersebut tersebut melakukan pelanggaran yang tidak sesuai dengan konteks pelayanan yang baik maka pimpinan mebmberikan sanksi yang berupa surat peringatan (SP) atau surat teguran (ST)”.</p>
Peneliti (Fajar Irwan)	<p>Apa dampak yang diterima jika kurangnya pelayanan yang diberikan perusahaan untuk pelanggan?</p>
Informan (Bapak Muh.Iman)	<p>“Adapun dampak yang yang diterima perusahaan jika kurang dalam memberikan proses pelayanan adalah permintaan akan menurun begitu juga dengan omset penjualan, pelanggan yang kurang puas dengan suatu pelayanan tidak akan datang membeli produk yang kita tawarkan, dan</p>