

## ANALISIS KINERJA PELAYANAN JEDDAH SELLULER DI PARIGI

NURAPIAH \*)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Jeddah Selluler di Parigi. Adapun yang dimaksudkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam hal ini pengguna Jeddah Selluler di Parigi. Jumlah populasi sangat banyak penulis kesulitan menetapkannya secara pasti. Olehnya itu penulis mengumpulkan sampel sebanyak 35 orang. Dari hasil penelitian dan analisis di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu indikator yang masuk kekuadran A yaitu keandalan : Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen. Indikator yang masuk kekuadran B yaitu Jaminan : Pengetahuan dan kejujuran dalam memberi informasi serta indikator Empati : Perhatian perorangan pada konsumen yang tidak memandang kelas/ golongan. Indikator yang masuk kekuadran C yaitu Berwujud : Kebersihan ruang pelayanan dan kerapian karyawan serta indikator pertanggungjawaban : Kemampuan karyawan untuk bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan persentase kesesuaian menunjukkan secara umum konsumen belum merasa puas dengan hasil pelaksanaan indikator Pelayanan pada Jeddah Selluler di Parigi

### PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pulsa elektrik tentu tidak dapat dipisahkan dari perkembangan telepon selular atau yang lebih akrab disebut dengan sebutan HP (handphone). Ketika HP mulai umum digunakan di Indonesia oleh hampir semua lapisan masyarakat konsumen sekitar tahun 2001-an, maka kebutuhan akan pulsa elektrik pun semakin meningkat. Jika dulu pada awal kemunculannya pulsa diisi dengan cara membeli voucher isi ulang mode gosok yang berisi kode pengisian yang tercantum dibalik voucher tersebut, maka sekarang hal itu sudah jarang dilakukan. Selain dianggap boros biaya, operator-operator telekomunikasi di Indonesia pun menganggap sistem pengisian gosok voucher tersebut tidak efisien.

Maka operator pun mengeluarkan produk yang bisa mengisi pulsa secara elektronik. Dimulai dengan Telkomsel sekitar maret 2002, telkomsel mengeluarkan Autorefill bekerjasama dengan sebuah perusahaan swasta. Seperti diketahui, *Autorefill* Telkomsel atau disebut juga dengan B2B, berupa EDC (*Electronic Data Capture*) yang dikhususkan untuk mengisi ulang saldo simpati. Dengan adanya alat ini, maka pengisian pulsa semakin mudah, karena tidak perlu menggosok voucher untuk mengisi ulang pulsa. Dan sekitar tahun 2004, Telkomsel mengembangkan sayapnya dengan mendirikan M-Kios, yang

memfasilitasi para outlet untuk semakin mudah mengisi ulang pulsa kepada konsumen.

Mereka kemudian mendirikan dealer sebagai perpanjangan tangan untuk menjual pulsa secara cepat ke konsumen. Dealer pun mengangkat beberapa sub-dealer sebagai channel resmi untuk mendistribusikan produknya. Dari sinilah awal berdirinya konter pulsa yang marak saat ini. Karena pada perkembangannya kemudian ternyata sub-dealer tidak hanya menjual satu produk dari satu operator, tetapi berbagai macam produk dari operator yang berbeda. Hal ini terjadi karena porsi yang diberikan kepada dealer maupun sub-dealer berbeda jauh, sehingga terjadi kesenjangan antara dealer dan sub-dealer. Akibat adanya kesenjangan ini, sub-dealer pun mulai tidak loyal terhadap satu operator.

Mereka mulai menjual berbagai macam produk dari operator yang berbeda – beda. Maka marak lah sub-dealer dengan berbagai macam produk yang ditawarkan didalamnya (yang lebih dikenal dengan sebutan konter/kios pulsa). Tentu saja yang paling diuntungkan dari kondisi ini adalah konsumen, karena semakin banyak pilihan dalam mengisi pulsa serta variasi harga yang ditawarkan pun semakin beragam.

Peluang bisnis pulsa tetap lancar walaupun sekarang sudah banyak yang buka server, bahkan konter pulsa sudah hampir tiap pojokan

juga ada tetapi bisnis pulsa sepertinya belum akan ditinggalkan para pebisnis dalam usaha jenis ini. Walaupun operator semakin gencar dengan peraturan clusternya yang sangat merugikan para penjual pulsa, namun selama orang masih menggunakan HP selama itu pula ribuan orang menggantungkan hidupnya dari bisnis pulsa.

Server baru datang silih berganti, banyak juga yang bertumbuhan di tengah jalan karena tidak mampu menghadapi persaingan antar server yang semakin ketat. Bisnis pulsa ini sebenarnya marginnya sangat kecil, Namun Peluang bisnis pulsa ini masih ada, buktinya semakin banyak orang yang menggantungkan hidupnya dari bisnis ini. Dalam perkembangannya di daerah khususnya beberapa kabupaten hasil pemekaran seperti Parigi Moutong, dunia usaha sedang dibangun dengan gencarnya. Percepatan kesejahteraan konsumen dibuka seluas-luasnya oleh pemerintah agar konsumen menjadi wirausaha. Hal ini agar konsumen tidak menggantungkan semata-mata pada keinginan menjadi Karyawan. Salah satu usaha yang banyak digeluti di Parigi adalah Bisnis Selluler. Diantaranya yaitu "Jeddah Selluler". Usaha ini cukup berkembang dan diminati konsumen.

Tingginya tingkat persaingan di daerah Parigi terhadap usaha ini menuntut pihak manajemen "Jeddah Selluler" untuk selalu melakukan evaluasi terhadap perkembangan bisnisnya. Olehnya itu sangat diperlukan suatu pengetahuan dan informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan "Jeddah Selluler". Kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Mengenai kualitas pelayanan oleh Lovelock dalam Riduwan (2008; 20) memberi pandangan bahwa "perlu diperhatikan lima prinsip untuk menyiapkan kualitas pelayanan yaitu :

- a. *Tangibles, The apperance of physical facilities, equipment, and communication materials* (berwujud seperti penampilan fisik, peralatan, personal dan komunikasi material)
- b. *Reliability, The ability to perform the promised service dependably and accurately* (Handal, yaitu kemauan

membentuk pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan memiliki ketergantungan).

- c. *Responsiveness, The willingness to help customer and provide prompt service* (Pertanggungjawaban, yakni rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan).
- d. *Assurance, The knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence* (Jaminan yaitu pengetahuan, perilaku dan kemampuan karyawan).
- e. *Empathy, The provision of caring, individualized attention to customers* (Empati yaitu perhatian perorangan pada pelanggan).

Secara operasional kelima prinsip Lovelock itu dapat disederhanakan menjadi faktor berwujud, keandalan, pertanggungjawaban, jaminan dan empati. Kelima faktor ini harus dimiliki oleh perusahaan. Mengamati perkembangan yang menarik tersebut mendorong penulis melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kinerja Pelayanan Jeddah Selluler di Parigi".

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut : Apakah pelayanan yang dilakukan Jeddah Selluler di Parigi telah memberikan kepuasan bagi konsumen?

#### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Jeddah Selluler di Parigi.

#### **Kegunaan Penelitian**

- a. Untuk Pengembangan Ilmu

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut bagi penelitian dan pengembangan ilmu yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

- b. Untuk Pengembangan Wawasan Penulis

Diharapkan dapat meningkatkan wawasan penulis dalam bidang pemasaran khususnya menyangkut kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada Jeddah Selluler di Parigi.

- c. Untuk Kegunaan Operasional

Dengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan diharapkan dapat menjadi bahan

pertimbangan dan informasi bagi pihak manajemen Jeddah Selluler di Parigi dalam meningkatkan kinerja pelayanannya secara lebih baik.

### Kerangka Konsep Pemikiran

Agar penelitian ini dapat mengarah pada pemecahan masalah, maka perlu dibuat kerangka konsep pemikiran yang merupakan model dari jabaran pola pikir penulis mengenai hubungan antar variabel yang akan diteliti. Dengan kerangka konsep pemikiran akan lebih mudah bagi penulis dan pembaca untuk melihat proses pemikiran analisis sejak dari dasar pemikiran sampai menyangkut hubungan dan arah penyelesaian penelitian.

### METODE PENELITIAN

#### Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif (J. Supranto, 2001; 233). Dimana penelitian ini akan menjelaskan keterkaitan antar variabel baik secara kualitatif maupun kuantitatif untuk mengungkap tingkat kepuasan konsumen melalui data-data yang terkumpul.

#### Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dipusatkan pada Jeddah Selluler di Parigi. Subjeknya adalah konsumen yang memerlukan pelayanan. Objek penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

#### Jenis Dan Sumber Data

- Data Primer ; yaitu data yang penulis kumpulkan secara langsung dari sumbernya berupa hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi.
- Data Sekunder ; yaitu data yang penulis peroleh secara tidak langsung dari sumbernya.

#### Metode Pengumpulan Data

- Observasi ; Dimana penulis secara langsung turun kelapangan (objek penelitian) untuk mengamati dari dekat keadaan sebenarnya sambil mencatat data yang diperlukan.
- Kuisisioner ; Dimana penulis mengedarkan kuisisioner / angket untuk menjangkau tanggapan dari para pelanggan.
- Wawancara ; Dimana penulis melakukan tanya jawab kepada para pelanggan dan pihak terkait di Jeddah Selluler di Parigi

sehubungan dengan kebutuhan data-data penelitian.

- Dokumentasi ; Dimana penulis mengumpulkan data tertulis dari Jeddah Selluler di Parigi dan juga sumber lain untuk melengkapi kebutuhan data penelitian.

#### Populasi Penelitian

Adapun yang dimaksudkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam hal ini pengguna Jeddah Selluler di Parigi. Jumlah populasi sangat banyak penulis kesulitan menetakannya secara pasti. Olehnya itu penulis mengumpulkan sampel sebanyak 35 orang.

#### Metode Analisis

##### a. Metode Analisis Kualitatif

Metode ini penulis gunakan untuk menafsirkan data-data kualitatif (bukan angka) sehingga output dari penggunaan metode ini berupa deskriptif atau gambaran dari data-data.

##### b. Metode Analisis Kuantitatif

Metode ini penulis gunakan untuk menafsirkan data-data kuantitatif (angka-angka) sehingga hasilnya dapat berbentuk ukuran, angka, atau nilai tertentu. Alat analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kinerja dari J. Supranto (2001 : 233).

Dalam analisis ini akan dilakukan perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja pelayanan. Dimana jika harapan atau tingkat kepentingan konsumen sesuai dengan kinerja pelayanan maka hal itu menunjukkan konsumen telah memperoleh kepuasan. Dalam hal menentukan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Jeddah Selluler di Parigi digunakan formulasi sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor kinerja

Yi = Skor harapan / kepentingan

J. Supranto (2001 : 241)

Dalam analisis tingkat kepentingan dan kinerja, sumbu X ditempati oleh skor kinerja, sedangkan sumbu Y ditempati oleh skor harapan/kepentingan. Dalam wujud yang sederhana formulasi diatas dapat berbentuk sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

(Supranto, 2001 : 241)

Dimana :

X = Skor rata-rata Kinerja.

Y = Skor rata-rata harapan/kepentingan

n = Jumlah responden

Masukan-masukan sehubungan dengan tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui melalui penempatan indikator harapan dan kinerja dalam *Diagram Cartesius*. Menurut J. Supranto (2001 : 242) bahwa diagram kartesius adalah :

”Suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kinerja seluruh indikator pelayanan, sedangkan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan”

#### Defenisi Operasional Variabel

Agar variabel-variabel penelitian dapat diukur, maka dilakukan pendefinisian variabel tersebut secara lebih operasional. Berbagai kepentingan konsumen dalam upaya menciptakan kepuasan di uraikan sebagai berikut :

1. Berwujud : Kebersihan ruang pelayanan dan kerapian karyawan.
2. Handal : Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen
3. Pertanggung jawaban : Kemampuan karyawan untuk bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.
4. Jaminan : Pengetahuan dan kejujuran dalam memberi informasi

5. Empati : Perhatian perorangan pada konsumen yang tidak memandang kelas/golongan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Tingkat Kepentingan Dan Kinerja

Analisis deskripsi dimaksudkan memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap kepentingan atau harapan mereka terhadap indikator pelayanan yang bisa menciptakan kepuasan. Disamping itu memberi gambaran mengenai kinerja atau pelaksanaan indikator tersebut oleh pihak Jeddah Selluler di Parigi.

Berdasarkan isian kuisioner oleh 35 orang responden ditemukan bahwa :

1. Berwujud : Kebersihan ruang pelayanan dan kerapian karyawan :  
“Secara umum dianggap cukup penting oleh konsumen”
2. Handal : Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen :  
“Secara umum dianggap penting oleh konsumen”
3. Pertanggungjawaban : Kemampuan karyawan untuk bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan :  
“Secara umum dianggap kurang penting oleh konsumen”
4. Jaminan : Pengetahuan dan kejujuran dalam memberi informasi  
“Secara umum dianggap penting oleh konsumen”
5. Empati : Perhatian perorangan pada konsumen yang tidak memandang kelas/golongan  
“Secara umum dianggap Cukup penting oleh konsumen”

Berdasarkan isian kuisioner oleh 35 orang karyawan pada Jeddah Selluler di Parigi ditemukan bahwa :

1. Berwujud : Kebersihan ruang pelayanan dan kerapian karyawan :  
“Secara umum dianggap cukup baik oleh konsumen”
2. Handal : Daya tanggap karyawan terhadap keluhan konsumen :  
“Secara umum dianggap baik oleh konsumen”

- konsumen yang tidak memandang kelas/golongan.
- c. Indikator yang masuk kekuadran C yaitu Berwujud : Kebersihan ruang pelayanan dan kerapian karyawan serta indikator pertanggungjawaban : Kemampuan karyawan untuk bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan.
  - d. Berdasarkan persentase kesesuaian menunjukkan secara umum konsumen belum merasa puas dengan hasil pelaksanaan indikator Pelayanan pada Jeddah Selluler di Parigi.

#### Saran – Saran

Beberapa hal yang dapat di sarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hendaknya pihak manajemen berupaya meningkatkan kinerjanya dan mempertahankannya untuk menciptakan kepuasan konsumen.
- b. Hendaknya pihak manajemen tetap memberikan perhatian yang besar terhadap berbagai keinginan atau harapan-harapan konsumen sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan mereka.
- c. Agar semua bidang dapat menjalankan fungsinya dengan baik, maka pihak manajemen harus meningkatkan sumber daya manusia para karyawan melalui peningkatan pendidikan kejenjang lebih tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Djayadi, Asmin, 2004, *Analisis Kepuasan Kerja Karyawan Pada Sub Dinas Prasarana Jalan Kimpraswil Propinsi Sulawsi Tengah Di Kota Palu*, Skripsi FE-Unisa, Palu-Sulawesi Tengah.
- Louden, David, L, 1991, *Costumer Behavior (Perilaku Konsumen Dan Penerapannya)*, Ringkasan oleh Eni Trimaharani, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, 1995, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*, Terjemahan Ancella Aniwati, Hermawan, Edisi kedelapan, Penerbit FE-UI, Depok, Jakarta
- Pride Ferrel, 1995. *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit LPFE-UI, Jakarta.
- Rone, Siti Aida, 2004, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Karyawan Pada Dinas Pertanian Dan Kehutanan Kota Palu*, Skripsi, FE-Unisa, Palu-Sulawesi Tengah
- Stanton J. William, 1985, *Prinsip Pemasaran*, edisi kedua, Lembaga penerbit Erlangga, Jakarta.
- Stanton J. William, 1996, *Prinsip Pemasaran*, edisi ketujuh, Lembaga penerbit Erlangga, Jakarta.
- Supranto, J, 1997, *Metode Riset, Aplikasinya dalam Pemasaran*, Edisi keenam, Lembaga penerbit PT. Rineka Cipta, jakarta.
- Supranto, J, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (Untuk menaikkan pangsa pasar)*, Lembaga penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Swasta, Basu, 1981, *Manajemen pemasaran moderen*, penerbit Liberty, Jakarta
- Umar, Husein, 1997, *Metode Riset Dan Sistem Informasi Dalam Mendukung Keputusan*, Jakarta : STIE IBII, 1997 (Mimeographed)
- Wahjuniaty, Sri, 2003, *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Loket Pembayaran PT. Telkom Kandatel Palu*, Skripsi, FE-Untad, Palu-Sulawesi Tengah
- Winardi, 1989. *Azas-azas Marketing*, Penerbit Mandar Maju, Bandung.