

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Jasa merupakan suatu kegiatan atau layanan yang diberikan dari satu pihak ke pihak lainnya sehingga menimbulkan suatu interaksi antara pemberi dengan penerima jasa dan dapat mempengaruhi hasil jasa tersebut. Saat ini industri jasa sangat penting di dalam bidang perekonomian. Masuknya era globalisasi ini membuat persaingan di dalam dunia jasa semakin ketat. Para perusahaan-perusahaan jasa semakin kreatif dan inovatif dalam memanjakan konsumen. Keberhasilan perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan ini ialah dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga hal tersebut dapat menambah nilai citra perusahaan.

Perusahaan jasa harus mampu melayani keinginan serta kebutuhan pelanggan. Mengenali perilaku pelanggan menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Dahulu para perusahaan hanya memberikan pelayanan seadanya akan tetapi semakin berubahnya zaman perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima. Akibatnya dari tahun ke tahun sektor jasa menjadi perhatian, hal tersebut dapat dilihat dari ketatnya dunia persaingan jasa yang terus menerus meningkat. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen seperti mendapatkan, menggunakan atau menghabiskan suatu produk baik itu barang maupun jasa

Kualitas suatu perusahaan dapat dilihat dari skala prioritas. Skala prioritas dalam suatu perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan

memberikan suatu layanan jasa diperlukan skill serta perencanaan yang baik agar kita mampu menanggapi keluhan serta tuntutan yang diminta oleh pelanggan. Walaupun pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengikat kepada siapapun akan tetapi jasa lebih dapat menekankan bagaimana seseorang merasakannya

Pelayanan prima (*Service Excellent*) merupakan suatu layanan yang diberikan secara maksimal, cepat dan tanggap kepada para pengguna jasa serta menanggapi permasalahan yang terjadi secara profesional maka dari itu, pelayanan merupakan suatu aspek terpenting dari suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Aktivitas pelayanan prima tidak hanya sekedar memberikan pelayanan semata saja akan tetapi harus memenuhi konsep konsep yang telah di tentukan. Adapun terdapat 6 konsep dari pelayanan prima : Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Apprearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*) dan Tanggung Jawab (*Accountability*) (Ritonga, 2020).

Pelayanan prima memiliki peranan penting bagi perusahaan tidak hanya untuk internal saja akan tetapi pihak eksternal juga sangat diuntungkan dengan adanya pelayanan prima. Kebutuhan dan kepuasan pelanggan menjadi peluang yang cukup besar bagi perusahaan dengan memberikan pelayanan prima kepada pihak eksternal diharapkan dapat meningkat kepercayaan pelanggan kepada perusahaan, dengan hal lain pelayanan prima memiliki karakteristik.

Pelanggan memiliki keinginan untuk bisa berkomunikasi langsung dengan pihak perusahaan jasa dengan harapan keinginan, kebutuhan bahkan keluhannya di dengarkan. Melalui adanya komunikasi perusahaan dapat memiliki *feedback* langsung dari pelanggan. *Feedback* inilah yang dibutuhkan bagi suatu perusahaan

agar dapat terus membina hubungan baik dengan pelanggan. Komplain atau keluhan memang sangat dibutuhkan karena dapat berupa informasi positif atau negatif. Komplain akan menjadi salah satu cara komunikasi yang aktif antara perusahaan dengan pelanggan selain itu komunikasi dengan pelanggan dapat melalui sebuah survei yang akan diberikan kepada pelanggan secara berkala. Survei ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada periode waktu tertentu.

Tingkat kepuasan pelanggan berbeda-beda setiap masing-masing individu. Tingkat kepuasan dipengaruhi oleh seberapa jauh perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja kurang dari harapan, konsumen akan merasa sangat tidak puas, sedangkan jika kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa sangat puas. Sedangkan, kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Mempertahankan kepuasan pelanggan akan memperkuat hubungan yang positif dengan mereka. Hal ini dapat membawa manfaat untuk jangka panjang bagi suatu perusahaan dalam (Rifa'i, 2023) menurut Danaher dan Mattson menyatakan bahwa kepuasan dapat diukur melalui pelayanan yang diberikan pada setiap adanya perjanjian.

Tingkat kepuasan pelanggan akan mempengaruhi kepercayaan. Kepercayaan ini lah yang akan memengaruhi sikap, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepercayaan merupakan keinginan seseorang untuk mengamati tindakan orang lain dengan keyakinan bahwa orang tersebut akan bertindak sesuai harapan pada individu yang mempercayainya, tanpa memerlukan pengawasan atau kendali langsung atas tindakan tersebut. (Ritonga, 2020)

PT. Home Tester Indonesia salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu pemasaran digital yang berfokus pada pemberian ulasan/*review* pada suatu produk. Bagi PT. Home Tester konsumen ataupun member adalah elemen terpenting sebab cara terbaik untuk melibatkan mereka adalah dengan mendorong mereka tidak hanya mencoba produk, tetapi juga memberikan masukan setelah penggunaannya. Keterlibatan ini memberikan dampak positif bagi merek, yaitu mereka mendapatkan panduan yang lebih baik untuk membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

PT. Home Tester Indonesia memiliki keyakinan yang sangat tinggi bahwa perusahaan tersebut akan sukses. Melalui platform ulasan produk ini, diharapkan konsumen menjadi lebih bijak dalam memilih produk. Selain itu, situs ini juga bertujuan untuk menyadarkan konsumen bahwa pendapat mereka dalam menggunakan suatu produk sangat berharga. Konsumen adalah pengguna akhir. (Irna, 2015).

Dalam hal ini peneliti telah melakukan *pra-survey* dengan menyebarkan kuisisioner kepada beberapa karyawan PT. Home Tester Indonesia yang terlibat dalam pelaksanaan pelayanan prima dengan pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Hasil Survey Pra-riset**

Pertanyaan	Hasil
1. Apakah dalam melaksanakan pelayanan prima terdapat kendala dalam menanggapi member?	Sebesar 87,5% karyawan PT. Home Tester merespons terdapat kendala dalam menanggapi member

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2024)

Hasil dari kuisisioner tersebut telah peneliti nyatakan dalam bentuk gambar

1.1 sebagai berikut :



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

**Gambar 1.1 Frekuensi karyawan yang mengalami kendala dalam memberikan pelayanan prima kepada member**

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa 87,5% karyawan PT. Home Tester Indonesia mengalami kendala dalam melaksanakan pelayanan prima. Berikut tabel pertanyaan dan jawaban partisipan yang menjawab dalam pra riset ini:

**Tabel 1.2 Respons pra-riset karyawan PT. Home Tester Indonesia**

Partisipan	Apakah dalam melaksanakan pelayanan prima terdapat kendala dalam menanggapi member?	Kendala apa saja yang sering terjadi saat memberikan pelayanan prima?
A	YA	Tidak adanya <i>workshop</i> atau pelatihan terkait pelayanan
B	YA	Sering terjadinya missskomunikasi
C	YA	Terlambat dalam pengiriman paket sehingga membuat member terkendala dalam pelaksanaan job yang diberikan
D	YA	Kesulitan dalam merespons chat dikarenakan volume yang tinggi

<b>Partisipan</b>	<b>Apakah dalam melaksanakan pelayanan prima terdapat kendala dalam menanggapi member?</b>	<b>Kendala apa saja yang sering terjadi saat memberikan pelayanan prima?</b>
E	YA	Seringnya missskomunikasi
F	YA	Beban kerja yang terlalu tinggi
G	YA	Kurangnya karyawan dalam menanggapi keluhan member
H	YA	Misskomunikasi
I	Tidak	-

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 9 responden dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima yang diberikan oleh PT. Home Tester Indonesia belum maksimal sepenuhnya dikarenakan beban kerja yang terlalu tinggi sehingga membuat para karyawan tidak bisa memberikan pelayanan prima secara maksimal selain itu sering terjadinya miskomunikasi menjadi kendala yang sering dirasakan oleh para karyawan dalam memberikan pelayanan secara daring. Hal ini menjadi salah satu tantangan karena karyawan dan member tidak dapat bertatap muka secara langsung, sehingga sering terjadi kesalahpahaman antara member dan karyawan.

Merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti terkait pelayanan prima. Salah satu penelitian berjudul Analisis Pelayanan Prima Pada Kantor PT. PLN (Persero) Melak Kabupaten Kutai Barat memiliki kesamaan fokus penelitian pada bagian konsep-konsep dalam menjalankan Pelayanan prima. Kebaruan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dibandingkan dengan peneliti

sebelumnya yaitu terletak pada mengkaji melaksanakan Pelayanan prima pada PT. Home Tester Indonesia.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana prosedur pelayanan prima di PT. Home Tester Indonesia?
2. Bagaimana karyawan menerapkan konsep pelayanan prima (*Service Excellent*) pada PT. Home Tester Indonesia?
3. Apa kendala yang dihadapi PT. Home Tester Indonesia saat melaksanakan pelayanan prima dan bagaimana solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Pada setiap penelitian yang dilaksanakan terdapat adanya tujuan penelitian yang bermanfaat untuk masing masing pihak. Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui prosedur apa saja yang dilakukan dalam pelaksanaan pelayanan prima di PT. Home Tester Indonesia.
2. Mengetahui penerapan konsep pelayanan prima (*Service Excellent*) yang diberikan karyawan PT. Home Tester Indonesia.
3. Mengetahui kendala yang dihadapi serta solusi apa yang diberikan dalam menghadapi kendala dalam memberikan pelayanan prima.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara Teoritis, penelitian ini bermanfaat menambah keilmuan ataupun sebagai sumber rujukan terkait implementasi pelayanan prima guna meningkatkan kepuasan member untuk mahasiswa dalam mengerjakan penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat penelitian ini memberikan manfaat dan kegunaan bagi beberapa pihak, yaitu sebagai berikut :

#### **a. Manfaat Bagi Instansi (Perusahaan)**

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan mampu mengidentifikasi kekuatan ataupun kelemahan dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan demikian hal tersebut dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

#### **b. Manfaat Bagi Universitas Negeri Jakarta (UNJ)**

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang konsep pelayanan prima terkait para pengambil keputusan di lingkungan kampus.

#### **c. Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan memperoleh wawasan pengetahuan dan pengalaman baru yang belum diperoleh dalam pendidikan formal, khususnya dalam bidang Administrasi Perkantoran.