

ANALISIS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA KIOS GRAPARI PT. TELKOMSEL GOWA

Muh Nur Rasyid¹, Hasniati², Hijrah Hasim Yusuf³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
(harniati@gmail.com)

ABSTRAK

Populasi penelitian ini adalah pengguna kartu halo yang ada di Grapari yang berjumlah 100 orang responden dengan pengambilan sampel secara acak. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dengan pengujian regresi sederhana, dengan melakukan uji hipotesis dari item-item pertanyaan setiap variabel. Variabel dalam penelitian ini pelayanan customer service terhadap kepuasan pelanggan Secara simultan Uji bersama yang menunjukkan pengaruh nyata (signifikansi) variabel (X) terhadap variabel kepuasan dapat di ketahui nilai t hitung 1.998 dengan signifikansi $0,048 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Yang berarti ada pengaruh nyata (signifikansi) variabel pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan (Y).

Kata kunci : customer service, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Telepon seluler saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia, dimana telepon seluler akan digunakan sebagai alat komunikasi bukan hanya sebagai alat untuk menjaga prestise. Dengan banyaknya operator seluler yang sekarang ini beredar di Indonesia, memacu adanya persaingan bisnis dalam hal pelayanan terhadap customer. Maka dengan ini banyak perusahaan termasuk perusahaan jasa, yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan. Situasi ini tidak hanya terjadi pada sektor swasta, tetapi juga melanda perusahaan atau instansi pemerintah. Sekarang ini semakin di sadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Sekarang ini masih banyak masyarakat Indonesia yang belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang seluler, untuk itu tiap-tiap perusahaan seluler akan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya dan harus berusaha untuk meminimalkan ketidak puasan pelanggan dengan

cara memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik, serta perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas. Meskipun demikian pada akhirnya pasar jugalah yang memutuskan produk yang mana akan dipilih untuk digunakan.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran (nilai) produk dengan yang lain, dimana dalam pemasaran ini kegiatan bisnis di rancang untuk mendistribusikan barang-barang dari produsen kepada konsumen untuk mencapai sasaran serta tujuan organisasi. Dalam usaha-usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen harus di upayakan untuk memperoleh kepuasan yang layak dan menjamin keberlangsungan kegiatan pengembangan oleh produsen dengan pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pemakai potensial.

Pengertian Jasa

Pada dasarnya tidak ada definisi secara luas tentang jasa yang digunakan oleh pemasar. Kenyataannya memang sulit diketahui tentang batas-batas yang jelas antara organisasi dan unit usaha yang menjadi bagian bagi penyalur barang dengan organisasi yang menawarkan jasa. Namun dalam penulisan ini penulis mengangkat masalah jasa yang dibeli dan ditukar dipasar, yang disebut juga jasa pertukaran. Philip Kotler dan Paul N. Bloom (1999:152) jasa adalah kegiatan atau masalah yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu. Didalam literatur pemasaran secara umum diuraikan bahwa jasa itu dapat digolongkan dalam dua golongan besar antara lain jasa industri dan jasa konsumen. Namun disini penulis hanya menitik beratkan pada jasa konsumen saja. Dimana jasa itu sendiri banyak digunakan secara meluas dalam masyarakat.

Pengertian *Customer Service*

Pelayanan pelanggan (*Customer Service*) merupakan pokok dalam persaingan antara perusahaan dan juga merupakan suatu kegiatan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas jasa. Dalam memasarkan produk produk baik barang maupun jasa pelayanan terhadap konsumen menjadi bagian penting dimana konsumen akan dapat menilai kinerja dari perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal oleh bagian *Customer Service*

diharapkan konsumen dapat membentuk image positif terhadap citra perusahaan. *Costumer Service* adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kegunaan dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan agar tercapainya kepuasan konsumen serta terciptanya hubungan yang harmonis diantara keduanya.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa yang beralamat Jl. Poros Sultan Hasanuddin No.146 B, Gowa (Depan Patung Adipura Gowa) Propinsi Sulawesi Selatan sedangkan jangka waktu penelitian hingga perampunganya diperirakan kurang lebih dua bulan pada bulan Februari - Maret 2016

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Penelitian Pustaka (Library Research), yaitu penelitian yang dilakukan melalui penelaahan buku-buku literatur yang relevan dengan topik dan masalah yang diteliti. Penelitian Lapang (Field research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengunjungi langsung objek penelitian yang dilakukan dengan cara Penyebaran kuisisioner dan Observasi

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dari penelitian ini adalah data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa informasi baik secara lisan maupun tulisan. Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari perusahaan serta responden berupa data dalam bentuk angka-angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan serta pelanggan (responden) dalam bentuk wawancara.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi objek penelitian, berupa laporan tertulis yang dibuat secara periodik dan berkala.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yang akan diteliti adalah para pelanggan kartu Halo yang datang pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa. yang berjumlah kurang lebih 700.000 pelanggan.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2005:116) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah populasi yakni keseluruhan pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa. yang berjumlah kurang lebih 700.000 orang pengguna kartu Halo. Jumlah responden dalam penelitian ini digunakan dengan rumus *slovin* dikutip Husein Umar (2005:108):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel, biasanya 10%.

Berdasarkan data diatas, maka pada objek penelitian terdapat sebanyak kurang lebih 700.000 orang pelanggan kartu Halo. Jika presisi yang digunakan adalah 10%, maka jumlah sampel yang diteliti dari populasi sebesar 100 orang pelanggan kartu Halo adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{700.000}{1 + 700.000(0.10^2)}; n = 99,98 \text{ atau } 100 \text{ responden}$$

Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah semacam petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Karena berdasarkan informasi itu, ia akan mengetahui bagaimana caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang di bangun

berdasarkan konsep yang sama. Dengan demikian ia dapat menentukan apakah tetap menggunakan prosedur pengukuran yang sama atau di perlukan pengukuran yang baru..

b. Pengukuran Variabel

Pengumpulan data untuk analisis mempergunakan kuesioner yang telah ada dan skor dengan skala likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor, dimana cara pengukuran dengan menghadapkan seseorang responden kepada sebuah pertanyaan dan diminta untuk memberikan jawaban. Kemudian dari jawaban tersebut diberikan bobot nilai/skor. Adapun tingkat penskorannya di sesuaikan dengan tipe favorabilitas pertanyaan yang dapat dilihat di bawah ini:

1. Jawaban sangat baik (SB) memiliki bobot nilai 5
2. Jawaban baik (B) memiliki bobot nilai 4
3. Jawaban cukup baik (CB) memiliki bobot nilai 3
4. Jawaban kurang baik (KB) memiliki bobot nilai 2
5. Jawaban tidak baik (TB) memiliki bobot nilai 1

Cara menghitungnya adalah dengan mengalikan frekuensi setiap jawaban yang diperoleh dengan bobot nilai yang dimilikinya.

Metode Analisis

Adapun metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif yaitu metode yang menguraikan hasil penelitian tentang Pelayanan customer service terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa. Metode skala Likert (Likert's Summated Ratings) ialah metode yang digunakan untuk mengukur jawaban responden berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) Versi 22. Analisis pengaruh dalam penelitian ini menggunakan regresi. Regresi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Persamaan untuk menunjukkan garis regresi dan hubungan antara variabel pelayanan *customer service* dan kepuasan Pelanggan, adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

di mana:

- | | | |
|---|---|-----------------------------------|
| Y | = | Kepuasan Pelanggan |
| a | = | Konstanta |
| X | = | Pelayanan <i>customer service</i> |
| b | = | Koefisien regresi |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kusioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Deskripsi Variabel pelayanan pelanggan

Variabel (x) pada penelitian ini di ukur melalui 10 pertanyaan yang mempresentasikan apa saja yang yg di harapkan dari pelayanan pelanggan dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap pertanyaan pelayanan pelanggan dapat di jelaskan pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel. 2

No	Pertanyaan	Kualitas					total
		SB	B	C B	KB	T B	
1	Keterampilan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan cukup memadai	30	59	11	-	-	100
2	Kejelasan diberikan telkomsel terhadap pulsa yang ada dalam kartu yang saya gunakan	19	65	15	1	-	100
3	Kemudahan menghubungi karyawan saat di butuhkan oleh pelanggan	4	50	39	7	-	100
4	Kemampuan karyawan dalam merespon kebutuhan pelanggan	11	39	48	2	-	100
5	Kepastian pembayaran kartu Halo tepat waktu	8	58	32	2	-	100
6	Kepastian dalam pemblokiran kartu Halo tepat waktu	8	33	38	21	-	100
7	Pemberian perhatian yang sungguh-sungguh oleh karyawan setiap kebutuhan pelanggan	11	46	27	14	2	100
8	Pemberian perhatian dan respon yang sungguh-sungguh oleh oleh karyawan terhadap keluhan pelanggan	14	40	28	17	1	100
9	Karyawan memberikan peralatan dan perlengkapan yang di butuhkan oleh pelanggan	10	38	27	25	-	100
10	layanan fasilitas kartu Halo sudah sesuai dengan apa yang di inginkan oleh pelanggan	17	59	21	2	1	100

Sumber : pelanggan kartu halo yang diambil secara acak . (2016)

b. Deskripsi variabel kepuasan pelanggan

Variabel dependen atau terikat yakni kepuasan pelanggan yang terbagi dari 6 item yang telah disebar kepada responden dalam bentuk

kusioner. Berdasarkan dari tabel 4.2 frekuensi item variabel kepuasan pelanggan terhadap jawaban tidak ada yang menjawab tidak baik/TB. Artinya kepuasan pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa cukup baik. Di ketahui pada pertanyaan Kualitas pengiriman dengan cepat di terima atau sampai 72 responden menjawab 'baik"/B dan pernyataan Kualitas jaringan suara saat menelfon sangat jernih 42 responden menjawab "sangat baik.

Tabel. 3

No	Pertanyaan	Kualitas					Total
		SB	B	CB	KB	T B	
1	Kualitas jaringan suara saat menelfon sangat jernih	42	55	3	-	-	100
2	Kualitas pengiriman dengan cepat di terima atau sampai	18	72	10	-	-	100
3	Biaya/Tarif layanan dan fitur yang di tawarkan lebih murah dari kartu prabayar lain	29	50	21	-	-	100
4	Biaya/Tarif yang di tawarkan bersaing dengan kartu dari prabayar lain	22	61	15	2	-	100
5	Fitur dan layanan yang di berikan sudah sesuai yang di harapkan konsumen	10	44	37	9	-	100
6	Layanan Kartu halo memiliki kualitas yang baik secara menyeluruh	26	48	25	1	-	100

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan kartu Halo pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa Cukup puas dengan pelayanan yang diberikan.

Pengaruh Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa.e

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis customer service terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel independen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel . 4

Variables Entered/Removed^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	pelayanan ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: kepuasan			
b. All requested variables entered.			
Sumber: Data Diolah (Output SPSS 22.0)			

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan atau dibuang dan metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel nilai pelayanan dan metode yang digunakan adalah metode Enter

Tabel. 5				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.198 a	.039	.029	2.09244
a. Predictors: (Constant), pelayanan				

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 22.0), 2016

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,198 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang di sebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. dari output tersebut di peroleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,039 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan) adalah sebesar 39 %. Sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel yang lain.

Tabel. 6					
ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	17.486	1	17.486	3.994	.048 ^b
Residual	429.074	98	4.378		
Total	446.560	99			
a. Dependent Variable: kepuasan					
b. Predictors: (Constant), pelayanan					

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 22.0), 2016

Tabel di atas menjelaskan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan (Y) dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 3.994 dengan tingkat signifikansi/ probabilitas 0,048 < 0,05 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan.

Tabel. 7						
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.196	1.974		10.229	.000
	Pelayanan	.107	.054	.198	1.998	.048
a. Dependent Variable: kepuasan						

Sumber : Data Diolah (Output SPSS 22.0), 2016

Pengaruh pelayanan pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa dapat dilihat dari nilai thitung pada tabel di atas. Nilai thitung 1.998 dengan nilai signifikansi 0,048. Karena nilai signifikansi 0,048 < 0,05 maka nilai thitung lebih besar daripada ttabel yang berarti bahwa pelayanan pelanggan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan

pelanggan pada GraPARI Kios PT. TELKOMSEL, Gowa. Berdasarkan Tabel 4.1 di atas maka, persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 20,196 + 0,107X$$

Intrepretasi dari persamaan regresi sederhana tersebut adalah sebagai berikut:

- a = 20,196 nilai konstanta 20,196 menunjukkan tanpa pelayanan customer kepuasan pelanggan akan konstan sebesar 20,196
- b = 0,107 → variabel pelayanan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,107. Jika variabel pelayanan pelanggan (X) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka pelayanan pelanggan meningkat 0,107. Artinya bila variabel pelayanan pelanggan meningkat maka, kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat secara linear sebesar 0,107

PENUTUP

Simpulan

Bab ini Berdasarkan hasil analisis serta pengujian hipotesis yang dilakukan sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Berdasarkan analisis data yang di peroleh dalam penelitian ini, maka dapat di simpulkan. bahwa Secara simultan atau Uji bersama yang menunjukkan pengaruh nyata (signifikansi) variabel (X) terhadap variabel kepuasan dapat di ketahui nilai t hitung 1.998 dengan nilai signifikansi $0,048 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikansi) variabel pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan (Y). Maka pelayanan customer service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap grapari kios PT. Telkomsel, Gowa

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas maka disarankan pada GraPARI KIOS PT. TELKOMSEL, GOWA. Agar variabel pelayanan customer service menjadi perhatian yang serius untuk menambah kepuasan pelanggan terutama pengguna kartu Halo yang dating pada Grapari kios PT. Telkomsel, Gowa

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono, Drs, M.si. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta Bandung.
- Agustina C., Nilam K. dan Tetra H. 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran*.
- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Basu, Swastha D.H., Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II, Liberty Yogyakarta.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Cravens, David. 2001. *Pemasaran strategi*. Edisi IV, Jakarta : Bagian Penerbit Erlangga.
- Gerson F. Richard, Ph.D. 2004. *Mengukur Kepuasan pelanggan*. Cetakan III, Jakarta : Bagian Penerbit Lembaga PPM.
2004. *7 langkah pendekatan Kepuasan pelanggan*. Cetakan III, Jakarta : Bagian Penerbit Lembaga PPM.
2004. *Manfaat dari pengukuran mutu dan Kepuasan pelanggan*. Cetakan III, Jakarta : Bagian Penerbit Lembaga PPM.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Control*. Edisi Pertama, Jakarta : Bagian penerbit PT. Pabelan Surakarta.
- _____, dan Bloom Paul N. 1999. *Teknik dan strategi Memasarkan Jasa Profesional*, Jakarta : Bagian Penerbit Cv. Intermedia.
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1 dan 2. PT. Indeks, Jakarta
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi dan, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Moenir, H.A.S., 2001, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- . 1997. *Jasa konsumen di bagi 3 golongan*. Edisi II, Liberty Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Edisi III, Jakarta : Bagian Penerbit PT. Gramedia pustaka Utama.