
**ANALISIS EFEKTIVITAS CUSTOMER SERVICE UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT.WESLY TOUR & TRAVEL MEDAN
(STUDI KASUS PRILAKU PELAYANAN CUSTUMER SERVICE SEPTEMBER – APRIL 2021)**

Oleh:

Maya Andiani

STIE Profesional Indonesia

ABSTRAK

Dewasa ini peran *customer service*, sangat di butuhkan oleh usaha dalam melayani calon pembeli dan lainnya secara baik, sentum dan ramah, namun di Negara kita peran tersebut masih kurang di perhatikan oleh para pengusaha, dan kurang di minati oleh masyarakat banyak, hal ini di sebabkan oleh cara pemikiran kebanyakan orang menganggap peran dan pekerjaan *customer service* kecil dan tidak bermartabat.

Penulis termotivasi untuk meneliti lebih jauh lagi, berkaitan dengan “Efektivitas *customer service* Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT Wesly Tour & Travel Medan”. Dan ini merupakan kendala permasalahan khususnya pada *customer service* dimana selama ini efektivitas *customer service* belum efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Wesly Tour & Travel Medan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *customer service* pada PT Wesly Tour & Travel Medan, untuk mengetahui bagaimana kualitas jasa yang dihasilkan *customer service* pada PT Wesly Tour & Travel Medan, untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang di hadapi *customer service* pada PT Wesly Tour & Travel Medan

Hasil pembahasan terhadap masalah yang di lakukan dalam penulisan ini bahwa faktor pendukung efektivitas *customer service* di PT Wesly Tour & Travel Medan adalah dukungan dan kerja sama antara pegawai yang cukup solid. Kesimpulan yang di ambil dari permasalahan adalah proses pelayanan atau aliran operasional yang diberikan *customer service* kepada pelanggannya dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap customer, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, terdapat prinsip-prinsip utama yang harus di lakukan *customer service* dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap customer, masalah-masalah yang di hadapi customer selama pelayanan yaitu kesalahpahaman, adanya komplain gangguan sistem, terlambatnya informasi.

Kata Kunci : customer Service, efektivitas customer, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini telah membawa perubahan diberbagai bidang termasuk

bisnis di Indonesia. Persaingan di dunia bisnis dan usaha terus mengalami perubahan, sehingga perusahaan dituntut untuk selalu memberikan

elayanan yang terbaik, baik dalam hal produk maupun jasa.

Customer service merupakan unsur yang sangat penting untuk membutuhkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya menumbuhkan kesetiaan pada pelanggan. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan ini dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan atau jasa yang mereka butuhkan.

Dalam prakteknya, pelanggan selalu ingin mendapatkan pelayanan yang terbaik dan memuaskan yang sesuai dengan keinginan dan harapannya. Pelanggan membutuhkan bantuan seseorang, salah satunya customer service untuk menuntun atau memperoleh informasi yang berhubungan dengan perusahaan tersebut.

Seorang Customer service harus memiliki visi terhadap arti pelayanan, mampu mengidentifikasi sebab-sebab terjadinya hambatan komunikasi, tanggap terhadap keluhan pelanggan serta diharapkan selalu mampu memecahkan persoalan yang sedang dihadapi oleh pelanggan dan tetap menjaga hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan perusahaan.

Customer service merupakan petugas atau karyawan yang sengaja dibentuk untuk melayani pelanggan. Customer service merupakan salah satu bagian kerja dari public relation atau humas, yaitu hubungan dengan publik eksternal yaitu dengan pelanggan. Customer

service sangat memegang peranan pentingnya dalam menjaga dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

Namun, ternyata kepuasan pelanggan (Customer Sattisfaction) tidak selalu memberikan jaminan bahwa pelanggan akan setia, walaupun pelanggan sudah sangat puas terhadap kualitas jasa, ternyata masih banyak juga yang berpindah keperusahaan lain. Ini disebabkan karena diferensiasi di antara perusahaan tersebut tidak terlalu signifikan. Sehingga untuk pelanggan, tidak ada resiko yang berpindah tempat.

.
PT.Wesly Tour & Travel Medan termasuk salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa dan merupakan Salah satu perusahaan jasa travel yang berkembang di Medan yang menyelenggarakan perjalanan serta bertindak sebagai perantara didalam menjual dan mengurus jasa untuk melakukan perjalanan domestik maupun perjalanan internasional (tour), memberikan pelayanan reservasi hotel, dan menyediakan service airport handling. Selain itu PT. Wesly Tour & Travel Medan yang beralamat di Jalan Sei Batanghari No. 36 Medan juga menyediakan jasa penjualan tiket pesawat untuk penerbangan Garuda Airlines Indonesia, Lion Airlines, Sriwijaya Airlines, Air Asia, Batik air, Wings air, Susi air, dan citilink serta penyewaan mobil, minibus, dan bus. PT.Wesly Tour & Travel Medan telah bekerja keras untuk memperkuat image dan pelayanan dengan mempersiapkan berbagai paket yang menarik bagi pelanggannya PT.Wesly Tour & Travel Medan memiliki sejumlah

keunggulan pelayanan diantaranya penyediaan jasa customer service yang baik dan efisien.

Adapun masalah yang di kemukakan berdasarkan uraian tersebut di atas adalah : “Apakah Efektivitas Customer Service dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT.Wesly Tour & Travel Medan ?”

STUDI KEPUSTAKAAN

Pengertian Customer Service

Customer Service adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif, banyak ditentukan oleh strategi komunikasi

Customer service memegang peranan penting di berbagai perusahaan. Tugas utama customer service adalah dengan memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan pelanggan, customer service dalam melayani pelanggannya selalu berusaha menarik perhatian setiap pelanggan yang datang yaitu dengan cara meyakinkan para pelanggannya agar selalu kembali ke perusahaan , oleh karena itu tugas customer service merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam perusahaan.

Setiap tugas yang dijalankan customer service harus dijalankan secara sungguh-sungguh karena tugas melayani pelanggan bukanlah ringan. Ada

sederetan tugas yang harus dijalankan sepanjang hari. Kelalaian akan tugas yang di jalankan akan berakibat fatal bagi perusahaan. Perusahaan akan kehilangan pelanggan atau tidak memperoleh pelanggan baru selain itu kelalaian juga akan berakibat buruk atas karir dari customer service sendiri.

Kemampuan prima dapat dilakukan melalui pelatihan yang mendalam sebelum menjadi customer service. Hal yang paling penting adalah adanya kemauan yang besar dari customer service untuk terus belajar memahami berbagai karakter pelanggan, kemudian mampu mengoreksi setiap kesalahan yang dibuatnya baik sengaja maupun tidak sengaja.

Mengoreksi setiap tindakan atau perbuatan yang dilakukan adalah hal yang positif. Koreksi diri melalui introspeksi diri dapat dilakukan setiap hari sehingga kesalahan atau kekeliruan tidak terulang pada kasus yang sama.

Strategi komunikasi dapat digunakan oleh Customer service ketika seorang pelanggan yang datang dalam keadaan marah, sehingga intonasi bicarannya tinggi. Biasanya seorang pelanggan dengan kasus tersebut akan di hadapi oleh dengan pendekatan secara personal. Menyapa pelanggan dengan menggunakan nama pelanggan bukan panggilan umum seperti bapak, ibu, atau saudara. Dengan penyebutan nama, lebih dapat mengakrabkan komunikasi yang terjalin antara pelanggan dengan petugas Customer service.

Ada beberapa cara peningkatan Customer service sebagai berikut :

1. Customer service membantu perusahaan untuk dapat mempertahankan pelanggan mereka. Pilihan yang banyak tersedia membuat pelanggan mudah berpindah ke layanan lain
2. Customer service membantu perusahaan dalam membentuk image yang baik dimata pelanggan. Yang paling baik tentu saja adalah caring customer service, pada tingkatan ini selalu memberikan pelayanan melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Mereka ini adalah customer service yang berempati kepada pelanggan. Agar dapat menjadi perusahaan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan, perusahaan harus memiliki customer service yang berada pada tingkatan tiga atau icaring customer service.

Sikap Dan Perilaku Customer Service

Menurut Kasmir (2005 : 47) “Sikap dan perilaku merupakan bagian dalam etiket pelayanan”. Dalam prakteknya sikap dan perilaku menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan. Sikap dan perilaku yang baik harus ditunjukkan seluruh karyawan terutama karyawan di Customer service, teller/kasir, pramuniaga, publication, operator telepon ataupun satpam. Sikap dan tingkahlaku menunjukkan kepribadian karyawan dan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu dalam sikap dan berperilaku karyawan harus memberikan kualitas yang sama kepada seluruh konsumen tanpa pandang bulu. Sikap perilaku yang harus ditunjukkan oleh

segenap karyawan adalah mulai dari kejujuran dalam berkata dan berbuat sampai dengan loyalitasnya terhadap perusahaan.

Karyawan juga dituntut untuk rajin, cekatan, serius, selalu tepat waktu serta bertanggung jawab penuh terhadap apa-apa yang sudah ia lakukan, dalam melayani pelanggan juga karyawan selalu dengan mudah senyum, suara yang lembut dan rama serta memiliki perilaku yang selalu periang, karyawan juga harus menunjukkan sifat simpatik, pandai bergaul dan fleksibel terhadap masalah yang sedang dihadapinya.

Dalam melayani pelanggan, karyawan dituntut untuk berpenampilan semenarik mungkin, hal ini disebabkan penampilan merupakan hal yang pertama yang dilihat oleh konsumen. Dengan penampilan awal yang baik akan timbul rasa kagum simpatik dan hormat pada konsumen pada pelanggan.

Secara khusus di berbagai perusahaan, khusus customer service yang berkewajiban untuk melayani pelanggan memang telah disiapkan. Artinya memang ini yang ditugaskan khusus untuk melayani pelanggan sesuai dengan bidang dan tugas masing-masing. Beberapa hal yang diatur dalam bersikap secara umum antara lain :

1. Penampilan merupakan keseluruhan dari cara berpakaian, berbicara, sikap dan perilaku dengan tujuan agar dapat membuat pelanggan terkesan. Penampilan ini harus di jaga dengan baik dan prima selama jam kerja
2. Sikap dan perilaku pada saat berhubungan dengan pelanggan

seringkali sikap dan perilaku customer service di perhatikan oleh pelanggan, terutama sikap yang menolong dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan.

3. Cara berpakaian harus serasi antara baju dan celana termasuk menghindari menggunakan warna yang terkesan berlebihan.
4. Berbicara dengan pelanggan harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele, jangan bicara mengenai hal-hal yang bukan pada pokok permasalahan dan hindari pembicaraan yang mengejek pelanggan
5. Gerak-gerik pada saat melayani pelanggan, kita harus memperhatikan atau menjaga gerak-gerik anggota badan karena karena hal ini akan selalu diperhatikan pelanggan pada saat kita memberikan pelayanan. Oleh karena itu kita harus menghindari gerak-gerik yang dapat membuat curiga pelanggan kita misalnya mata sinis.
6. Cara bertanya dalam memberikan pelayanan seorang customer service harus mengetahui sifat-sifat pelanggan yang berbeda-beda terutama dalam hal bertanya kepada pelanggan. Bila pelanggan pendiam maka customer service yang harus proaktif untuk bertanya atau memulai pembicaraan sehingga membuat pelanggan mau berbicara. Sedangkan bila pelanggan yang banyak tanya, sebaiknya customer service mendengarkan dengan baik dan menjawab dengan baik pula.

Mempertahankan Fokus Pada Pelanggan

Terciptanya kepuasan pelanggan dan loyalitas para pelanggan, tentunya menjadi salah satu aset penting dalam menjalankan sebuah usaha karena pelanggan menjadi kunci utama dalam sebuah usaha, puas tidak puasnya konsumen terhadap produk yang ditawarkan pastinya akan mempengaruhi perkembangan bisnis. Apabila konsumen mendapatkan kepuasan dari produk yang ditawarkan bisa dipastikan konsumen akan melakukan pembelian ulang di masa-masa yang akan datang dan begitu sebaliknya bila mereka kecewa dengan pelayanan yang diberikan tidak menutup kemungkinan mereka akan berhenti untuk kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan

Pengertian Pelayanan

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap customer service perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan.

Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun

Pelayanan didirikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Atau pelayanan tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani, tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan di mengerti seorang customer service, pramuniaga, public relation, satpam, kasir/teller atau operator telepon adalah sebagai berikut:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama pelanggan jika kenal
4. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
6. Bergairah dalam melayani pelanggan dan menunjukkan kemampuan
7. Jangan menyalah atau memotong pembicaraan
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada minta bantuan
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk dan jasa yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung.

Menurut Kasmir (2005 : 18) Pengertian “pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standart yang telah ditetapkan, kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki”.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang di lakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen, pelayanan dalam hal ini di artikan sebagai jasa atau service yang di sampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan kerama tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Survey Kepuasan Pelanggan

Ungkapan ‘Customer adalah raja’ pasti sangat familiar di telinga kita. Customer atau pelanggan terdeskripsi sebagai sosok yang harus kita perlakukan dan kita layani semaksimal mungkin agar harapannya terpenuhi sehingga mencapai tingkat kepuasan. Salah satu faktor krusial dalam mewujudkan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah pencapaian

pelayanan prima (service excellence) oleh perusahaan penyedia barang/jasa.

Baranangsan menuliskan bahwa menurut Vincent Gasperz (2011 : 105) “Untuk memahami kepuasan pelanggan, biasanya pelanggan ditanyakan secara langsung atau dapat melalui kunjungan lapangan atau survei kepuasan pelanggan tentang tingkat kepuasan yang telah diterima oleh pelanggan itu”.

Terwujudnya pelayanan prima pada dasarnya mengacu pada terpenuhinya unsur-unsur berikut ini:

1. Kemampuan (Ability)
2. Sikap (attitude)
3. Penampilan (appearance)
4. Perhatian (attention)
5. Tindakan (action)
6. Tanggung jawab (accountability)
7. Kenyamanan (freshness)

Kesimpulan dari variabel-variabel diatas yakni untuk mencapai tingkat pelayanan prima maka produsen jasa harus mampu melayani pelanggan secara memuaskan, baik dengan keterampilan dan kompetensi yang dimiliki oleh karyawan (attitude, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, kecepatan, ketetapan, keramahan) maupun dengan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang (gedung, desain interior dan exterior serta peralatan/perlengkapan) yang mampu menimbulkan kenyamanan bagi pelanggan. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa titik tumpu pelayanan prima terletak pada kemampuan produsen jasa untuk memberikan pelayanan secara optimal kepada konsumennya dengan menggabungkan kemampuan dari para

staf dan memaksimalkan fasilitas-fasilitas penunjang.

Dalam Visi dan Misi Nasional dicantumkan bahwa pelayanan prima mutlak diberikan kepada masyarakat. Untuk memberikan Pelayanan prima diperlukan keseimbangan, baik pada kebutuhan personal maupun pada kebutuhan material atau teknis Artinya, tuntutan publik terhadap pelayanan prima merupakan keharusan yang tidak bisa diabaikan lagi oleh pemerintah karena hal ini merupakan bagian dan fungsi pemerintah dalam menjalankan tugas-tugas pemerintahan. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan dalam melayani dan mewujudkan kepuasan masyarakat, maka perlu dikembangkan suatu mekanisme penilaian customer satisfaction atas pelayanan yang telah diberikan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dalam konsep manajemen pelayanan, kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila produk pelayanan yang diberikan oleh penyedia pelayanan memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Oleh karena itu, survey kepuasan pelanggan memiliki arti penting dalam upaya peningkatan pelayanan publik yakni sebagai indikator persepsi pelanggan (customer) bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui.

Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Ketanggapan (Responsiveness)
Yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan yang baik.
1. Keandalan (Reability)

Yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang di sajikan dengan segera, akurat, memuaskan.

2. Empathy

Yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.

3. Jaminan (Assurance)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, keramahan petugas serta sifat dapat dipercaya sehingga pelanggan merasa aman dan terbebas dari risiko.

4. Bukti langsung (Tangibles)

Yaitu semua kenampakan fisik yang langsung terlihat, misalnya fasilitas fisik, perlengkapan peralatan, penampilan karyawan, serta berbagai sarana dan prasarana.

Mekanisme survey kepuasan pelanggan untuk PT.Wesly Tour & Travel Medan dengan membuat kuisioner, atau bisa dilakukan FGD (Focus Group Discussion) dengan berpedoman pada berbagai indikator yang telah disebutkan diatas. Analisis dilakukan dengan membandingkan harapan pelanggan dengan apa-apa yang dirasakan pada saat menikmati jasa yang disediakan dalam gedung tersebut. Tujuan melakukan survey kepuasan pelanggan ini adalah untuk mengetahui indikator-indikator apa saja yang perlu diperbaiki dan di tingkatkan kualitasnya sehingga pelanggan merasa puas, yang selanjutnya dapat dibuat program peningkatan loyalitas pelanggan, sehingga jumlah pelanggan loyal semakin meningkat jumlahnya.

PT.Wesly Tour & Travel Medan selalu mengadakan survey kepuasan pelanggan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh , PT.Wesly Tour & Travel Medan
2. Hasil dari survey tersebut digunakan sebagai acuan peningkatan kinerja , PT.Wesly Tour & Travel Medan
3. Setiap organisasi perlu melakukan upaya dalam rangka peningkatan kepuasan pelanggan dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - Mencari titik kelemahan yang menghambat kecepatan waktu pelayanan
 - Memberikan klarifikasi yang berkaitan dengan biaya perizinan
 - Meningkatkan sosialisasi kepada pelanggan dan masyarakat
 - Mempermudah persyaratan perizinan
 - Meningkatkan kedisiplinan petugas serta menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan/masyarakat
 - Mengevaluasi semua rencana tersebut diatas pada periode yang akan datang

Melihat pepatah populer dari Cina, “hal yang mudah untuk memulai suatu bisnis, namun hal yang sulit untuk mempertahankan bisnis agar terus berjalan” dapat diartikan , PT.Wesly Tour & Travel Medan harus semaksimal mungkin mempertahankan bahkan meningkatkan customer satisfaction rate dari waktu ke waktu. Untuk lebih menjaring atensi masyarakat sekaligus optomalisasi aplikasi IT, kedepan, , PT.Wesly Tour & Travel Medan akan

mengadakan survey yang dapat diaskes melalui internet sehingga jumlah responden diharapkan meningkat demi memperoleh hasil yang lebih akurat dan accountable.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antar tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa. Selain itu ditentukan juga oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat sesaat. Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu untuk memberikan penilaian.

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dijelaskan sebagai berikut :

Nilai

Nilai didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, yang didasarkan pada persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut. Yang dibutuhkan oleh pelanggan adalah pelayanan serta manfaat dari produk tersebut. Selain uang, pelanggan mengeluarkan waktu

dan tenaga guna mendapatkan suatu produk.

Daya Saing

Suatu produk jasa harus memiliki daya saing agar dapat menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan produk jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing, suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Persepsi Pelanggan

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Proses persepsi terhadap suatu jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu.

Citra

Citra yang buruk menimbulkan persepsi produk tidak berkualitas, sehingga pelanggan mudah marah untuk kesalahan kecil sekalipun. Citra yang baik menimbulkan persepsi produk berkualitas sehingga pelanggan memaafkan suatu kesalahan, meskipun tidak untuk kesalahan selanjutnya.

Tahap Pelayanan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama ini menggunakan beberapa tahap

pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya. Sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan.

Situasi Pelayanan

Situasi pelayanan dikaitkan dengan kondisi internal pelanggan sehingga mempengaruhi kinerja pelayanan. Kinerja pelayanan ditentukan oleh pelayanan, proses pelayanan dan lingkungan fisik dimana pelayanan diberikan. Karena itu, persepsi pelanggan terhadap suatu pelayanan ditentukan oleh ketiga hal diatas

Tingkat Kepentingan Pelanggan

Tingkat kepentingan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk jasa yang akan dijadikannya standar acuan dalam menilai produk jasa tersebut.

Hipotesis

Untuk memecahkan tentang sebab-sebab terjadinya masalah yang dikemukakan, maka perlu di rumuskan hipotesis sebagai jalan untuk memecahkannya sehingga penganalisisan akan lebih terarah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mencoba menarik hipotesis bahwa "Customer Service belum efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT.Wesly Tour & Travel Medan".

METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian penulis mengambil teknik sampling purposive sampling yang artinya adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini seperti penulis bisa mendapatkan data dan informasi yang penulis butuhkan dari salah satu karyawan yang penulis anggap paling tahu tentang perusahaan dan karyawannya.

Metode Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan kepustakaan seperti tulisan-tulisan, buku-buku, majalah serta sumber-sumber tulisan lain untuk menghimpun data teoritis yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian ini dilakukan secara langsung di objek penelitian. Metode digunakan ada 2 jenis yaitu observasi dan wawancara

1) Observasi yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi yang sebenarnya di lokasi penelitian.

2) Wawancara yaitu memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab (interview) langsung dengan para karyawan yang berwenang untuk memberikan data-data yang dibutuhkan.

Teknis Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, maka perlu ada proses pemilihan data dan kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan teliti, dan cakup sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang objektif dari suatu penelitian.

Penulis melakukan penelitian secara langsung kelapangan pada perusahaan sebagai objek penelitian yaitu pada perusahaan PT.Wesly Tour & Travel Medan. Adapun penelitian yang penulis laksanakan adalah dengan observasi atau pengamatan langsung kepada objek yang di teliti yaitu customer service, selain itu penulis juga melakukan wawancara secara langsung dengan melakukan tanya jawab kepada karyawan yang berwenang untuk memberikan data yang dibutuhkan. Setelah data penelitian terkumpul barulah bisa membuat kesimpulan yang objektif seperti apakah benar Customer Service di PT.Wesly Tour & Trvel Medan telah memiliki visi terhadap pelayanan, mampu mengidentifikasi sebab-sebab terjadinya hambatan komunikasi,tanggap terhadap keluhan pelanggan serta mampu memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Hasil Penelitian: Spesifikasi Customer Service

Pada berbagai permasalahan, dibutuhkan analisis yang melibatkan proses spesifikasi. Analisis diskriminan dapat dipergunakan untuk mengetahui perubahan penciri yang membedakan periode yang ada dan juga dapat dipergunakan sebagai kriteria pengelompokan. Analisis diskriminan dilakukan berdasarkan perperiode terhadap kelompok yang terlebih dahulu diketahui secara jelas dan mantap pengelompokannya. Andaikan diketahui dengan jelas adanya kelompok-kelompok obyek, masalah yang ditelusuri diskriminan adalah :

- a. Mencari cara terbaik untuk menyatakan perbedaan antar kelompok tersebut
- b. Cara untuk mengalokasikan suatu obyek (baru) kedalam salah satu kelompok tersebut. Sedangkan regresi customer service/periode yang banyak di gunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara customer service/periode dan kepuasan pelanggan/periode.
- c. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ketepatan spesifikasi antara analisis diskriminan dan regresi customer service. Kedua metode tersebut dibandingkan pada klasifikasi PT.Wesly Tour & Travel Medan sehingga di ketahui metode yang lebih cepat. Spesifikasi Customer Service menggunakan metode journal record seperti tabel di bawah ini.

CUSTOMER SERVICE JOURNAL RECORD

Nama	Pendidikan	Keramahan	Loyalitas	Kecepatan	Kebersihan
Dessy Simbolon,Amd.par	D3	Sopan santun dalam melayani pelanggan	Memberikan pelayanan dengan baik	Terampil dan cekatan dalam melayani pelanggan	Memperhatikan kebersihan badan
Syahfitri Afrianda,Amd.par	D3	Melayani customer dengan sigap	Loyal terhadap waktu/jam kerja	Lebih cepat melayani pelanggan yang complain	Memperhatikan penampilan diri (performance)
Sri Yohana br Purba. SE	S1	Melayani pelanggan dengan sigap	Loyal terhadap waktu/jam kerja	Lebih cepat melayani pelanggan yang complain	Memperhatikan penampilan diri (performance)
Riri Riati br Surbakti,Amd.par	D3	Mengakhiri pelayanan dengan terimakasih dan mengundang untuk datang kembali	Absensi kerja yang rapih	Cekatan dalam bekerja	Mampu menggunakan fasilitas kebersihan area kerja
Risa Stepanny br Silitonga,Amd.par	D3	Melayani pelanggan dengan sigap	Loyal terhadap waktu/jam kerja	Cekatan dalam bekerja	Rapih dan bersih dalam bekerja
Sally Silvia br Sembiring,Amd.par	D3	Ramah melayani complain pelanggan	Mau bekerja diluar jam kerja	Cepat menyelesaikan masalah	Memperhatikan penampilan diri (performance)
Hesti Yani br Purba,Spd	S1	Mengakhiri pelayanan dengan terimakasih dan mengundang untuk datang kembali	Loyal terhadap waktu/jam kerja	Cekatan dalam bekerja	Rapih dan bersih dalam bekerja
Lia Evangelista br Purba,Amd.par	D3	Sopan santun dalam melayani pelanggan	Absensi kerja yang rapih	Lebih cepat melayani pelanggan yang complain	Mampu menggunakan fasilitas kebersihan area kerja
Ernawati,Amd.par	D3	Ramah melayani complain pelanggan	Mau bekerja diluar jam kerja	Cepat menyelesaikan masalah	Rapih dan bersih dalam bekerja

Anggun Wulandari.Amd.par	D3	Mengakhiri pelayanan dengan terimakasih dan mengundang untuk datang kembali	Loyal terhadap waktu/jam kerja	Cepat menyelesaikan masalah	Mampu menggunakan fasilitas kebersihan area kerja
-----------------------------	----	---	--------------------------------	-----------------------------	---

Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa keramahan, loyalitas, kecepatan, dan kebersihan sangatlah penting dilaksanakan sehingga dapat mewujudkan keperdulian terhadap pelanggan.

Perkembangan customer service di harapkan selalu terjaga dalam pengawasannya dan merupakan strategi dan usaha untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Selain itu hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan tidak memotong pembicaraan pelanggan, sebab dengan cara ini dapat menunjukkan rasa empati atau keluhan pelanggan. Pemberian solusi kepada pelanggan dengan rasa puas atas layanan yang diberikan. Hal inilah yang akhirnya ingin dicapai yaitu kepuasan pelanggan.

Analisis Spesifikasi Customer Service

Analisis dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan hasil pengolahan data primer yang telah di isi oleh respon terpilih.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ritel manajemen dibentuk memperhatikan kepuasan pelanggan pelayanan perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan merupakan fungsi dari departemen humas yang meliputi bagian customer service officer yang senantiasa

mengusahan pelayanan prima dan pada publik khususnya pelanggan.

Dalam menangani ketidakpuasan pelanggan dengan menegaskan bagian humas melalui customer service selama ini sudah diupayakan secara optimal dan sesuai standart profesional kehumasan. Namun kenyataan banyak keluhan, baik secara face to face. Kondisi seperti ini tidak bisa diabaikan, karena pelanggan bisa saja melakukan hal-hal yang tidak pernah diperkirakan sebelumnya, yang akan merusak citra positif perusahaan, sehingga permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini “bagaimanakah hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan dengan pelayanan customer service PT.Wesly Tour & Travel Medan dalam menangani keluhan pelanggan”?

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menggambarkan fenomena yang diteliti secara rinci. Dalam hal ini, peneliti perusahaan untuk menemukan keterkaitan untuk variabel yang diteliti.

Sesuai hasil penelitian diperoleh fakta bahwa terdapat kecendrungan hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan, maka membawa implikasi bahwa pelaksanaan kualitas pelayanan customer service digalery PT.Wesly Tour & Travel Medan selama ini cukup baik

dalam rangka memberikan kepuasan pelanggannya. Namun demikian, adanya kecenderungan hubungan antara hubungan jurnal record diatas bukan berarti metode dan teknik kualitas pelayanan customer service di PT.Wesly Tour & Travel Medan selama ini tidak memerlukan perbaikan.

Dengan angka kecenderungan justru memperlihatkan bahwa upaya peningkatan kepuasan pelanggan kedepan masih terus ditingkatkan sehingga bisa menyeluruh dimensi pokok psikologis pelanggan secara nyata.

Analisis Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diharapkan menghasilkan company loyalty. PT.Wesly Tour & Travel Medan telah melaksanakan strategi bauran pemasaran tetapi masalah yang dihadapi adalah belum tercapainya target yang diinginkan oleh perusahaan. Permasalahan timbul karena strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan belum dapat memenuhi harapan sehingga pelanggan belum merasa puas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja dan tingkat kepentingan atas atas strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh PT.Wesly Tour & Travel Medan. Hipotesis dari penelitian ini adalah customer service belum efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi kepuasan pelanggan oleh PT Wesly Tour & Travel Medan belum seluruhnya tetapi baru sebagian yang telah memenuhi kepuasan pelanggan. Strategi yang bekerja dengan

baik dan memenuhi harapan sehingga pelanggan merasa puas adalah sumber daya manusia dan proses layanan. Kinerja strategi ini harus dipertahankan.

Strategi yang sangat diharapkan tetapi kinerjanya belum baik dan belum memuaskan pelanggan adalah strategi penampilan fisik sehingga strategi ini menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Strategi yang kinerjanya belum baik tetapi bukan merupakan hal yang diharapkan oleh pelanggan adalah saluran distribusi, sehingga kedua strategi ini tidak menjadi prioritas dalam pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan.

Pembahasan

Hasil survey kepuasan pelanggan terhadap PT.Wesly Tour & Travel Medan, ada beberapa faktor-faktor kepuasan terbagi dalam empat bagian yaitu :

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah) sehingga menjadi prioritas utama untuk dibenahi yaitu :

- a. Kecepatan pelayanan
Yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan terselesaikan sesuai dengan target waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan
- b. Cepat Tanggap
Yaitu kemampuan yang membantu dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat
- c. Keamanan dan Kenyamanan

Yaitu memproduksi dan menciptakan rasa aman, yang didalamnya tercakup rasa nyaman, damai dan tertib

d. Kebersihan Perusahaan

Yaitu keadaan atau kondisi gedung yang bersih

Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi jadi harus dipertahankan prestasinya yaitu :

a. Sikap Hormat

Yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati

b. Kesiapan Membantu

Yaitu sikap seorang petugas yang harus siap dalam melayani setiap pelanggan yang membutuhkan bantuan dalam kondisi apapun pada saat bertugas

c. Pengetahuan dan Kecakapan

Yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki seorang petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada pelanggan.

d. Komunikasi Efektif

Yaitu seorang petugas yang harus memberikan informasi kepada pelanggan yang berkunjung

e. Informasi

Yaitu pengetahuan yang dimiliki seorang petugas

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu

istimewa sehingga merupakan prioritas rendah untuk dibenahi yaitu:

a. Kenyamanan Menunggu

Yaitu rasa nyaman yang tidak disukai pelanggan dalam hal menunggu pada saat pelanggan meminta bantuan

b. Penataan Eksterior dan Interior Ruang

Yaitu tatanan yang ada di luar gedung yang tidak disukai pelanggan karena berlebihan

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan yaitu:

a. Kerapian Petugas

Seorang pelanggan dalam hal berpakaian yang sangat berlebihan seperti memakai wangi parfum yang sangat menyengat.

Faktor-faktor yang di perhatikan dalam pelaksanaan customer service supaya meningkatkan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan yaitu:

a. Ketetapan waktu pelayanan

Yaitu kepastian pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan

b. Akurasi pelayanan

Yaitu bebas dari kesalahan

c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan

Yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.

d. Tanggung jawab

Yaitu petugas dituntut untuk bertanggung jawab dalam

penyelenggara dan penyelesaian pelayanan.

f. Kelengkapan.

Yaitu segala perlengkapan yang sudah dilengkapi untuk digunakan dalam meningkatkan kualitas jasa pelanggan.

g. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan

Yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapih, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.

Terdapat prinsip-prinsip utama yang harus dilakukan customer service dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap customer diantaranya sebagai berikut :

a. Menetapkan sasaran yang konsisten

Yaitu melakukan suatu kegiatan secara terus menerus dengan tekun dan benar tanpa keluar dari jalur/batasan yang telah ditentukan maupun sesuai dengan ucapan yang telah dilontarkan.

b. Penuh perhatian (attentiveness)

Yaitu sikap kesiapan seorang petugas untuk melakukan apa yang sejati dan benar.

c. Kejujuran

Yaitu sikap seorang petugas yang selalu berupaya menyesuaikan atau mencocokkan antara informasi dan fenomena.

d. Transparan

Yaitu sikap seorang petugas yang nyata, jelas, tidak terbatas pada orang-orang tertentu saja, dan

terbuka dalam memberikan informasi.

e. Komitmen

Yaitu sikap seorang petugas yang menuntun atau menengahi respon nyata terhadap seorang pelanggan.

f. Kerjasama

Yaitu seorang petugas yang mengerjakan pekerjaannya secara bersamaan dengan tujuan agar pekerjaan tersebut menjadi lebih ringan.

g. Disiplin

Yaitu seorang petugas dalam memberikan pelayanan bersungguh-sungguh terutama dalam terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.

h. Peduli dan tanggung jawab

Yaitu sikap seseorang petugas yang selalu peduli terhadap peraturan dan tatanan yang tidak adil dan tidak efektif agar lebih sempurna.

Masalah-masalah yang dihadapi customer service selama pelayanan yaitu kesalah pahaman, adanya komplain, gangguan sistem terlambatnya informasi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan beberapa hal mengenai efektivitas customer service yaitu:

1. Customer service di PT. Wesly Tour & Travel Medan selalu menjaga hubungan baik dan harmoni kepada setiap pelanggannya.
2. Customer service di PT. Wesly Tour & Travel Medan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan serta mampu memecahkan persoalan yang sedang di hadapi oleh pelanggan.
3. Hubungan baik vertikal maupun horizontal berjalan baik dalam tubuh organisasi sehingga tercipta suasana harmonis antara pemimpin dan karyawan.
4. Faktor pendukung efektivitas customer service di PT Wesly Tour & Travel Medan adalah dukungan dan kerja sama antara pegawai yang cukup solid.

Saran

1. Berdasarkan kesimpulan di atas dan kenyataan yang didapat, maka penulis memberikan saran kepada PT.Wessly Tour & Travel Medan yang mungkin dapat diterapkan dan memberi manfaat bagi perkembangan perusahaan. Saran tersebut adalah :
2. Customer service harus bisa memberikan jalan keluar atau pilihan lain kepada pelanggannya jika layanan yang diminta pelanggan tidak bisa diakses atau dilakukan.
3. Perusahaan memberikan pemberitahuan tentang layanan atau produk baru kepada karyawan terutama kepada customer service sebelum memberikan informasi kepada pelanggan melalui iklan dan lain sebagainya. Sehingga jika ada pelanggan yang meminta informasi tentang layanan atau produk baru,

customer service harus bisa menangani keluhan atau komplain dari pelanggan dengan secepatnya, sehingga pelanggan tidak menunggu lama dan masalahnya cepat terselesaikan.

4. Penciptaan suasana kerja yang nyaman ataupun lingkungan kerja sehingga karyawan dapat dengan betah bekerja diperusahaan yang dimiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

BuchariAlma, 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.

Apriyono, 2007. Penetapan Harga Jual. <http://ilmumanajemen.wordpress.com/2007/06/15/penetapan-harga-jual/>. Diakses pada tanggal 1 Maret2012.

Ghozali, imam., 2006. Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Semarang : Badan Penerbit UNDIP

Hansen dan Mowen, 2008. Buku I Management AccountingEdisi 7. Jakarta : Salemba Empat.

Komarudin, 2006, EnsiklopediaManajemen, Bandung, Alfabeta.

Kotler, P, 2006. Manajemen Pemasaran. Jilid 2.Bumi Aksara, Jakarta.

Lamb, Charles W., Jr., et al .2007. Pemasaran. Jakarta. Salemba Empat.

Tjiptono Fandy, 2007, Strategi Pemasaran. Edisi ke dua, penerbit Andi,

Lupiyoadi Rambat. 2009, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Umar, H., 2011. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. PT. Raja GrafindoPersada, Jakarta.

Maddy, Khairul. (2010). Penjualan Personal (Personal Selling). Diakses pada tanggal 1 Oktober 2013.

Ma'ruf. 2009. Pemasaran Ritel. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Mulyadi, 2006. Sistem Akuntansi, Yogyakarta : STIE YKPN.

Nurlela, 2007. Pengaruh Lokasi usaha Terhadap Volume Penjualan. Universitas Hasanuddin. Makassar.

Prastowo dan Julianti, 2011. Analisis Laporan Keuangan (Konsep dan Aplikasi), Edisi Revisi, Yogyakarta : YPKN.

Sa'adah, S. 2012. Penetapan Harga Jual dan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. PT. Ziti's Bakery.

Sugiyono, 2009. Statistik Untuk Penelitian. CV. Alfabeta, Bandung.

Sumaatmadja, 2008 Studi Geografi (suatu pendekatan dan analisa keruangan). Bandung : Alumni,

Swastha, Basu. 2007. Azas-Azas Pemasaran, Yogyakarta, Liberty.