

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Pelayanan

Upaya PT Media Sarana Data (GMEDIA) dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan sudah dilakukan sejak lama yaitu dengan menciptakan divisi *Customer Experience*. Divisi *Customer Experience* bertujuan untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki pengalaman yang memuaskan dengan perusahaan. Selain itu divisi *Customer Experience* bertujuan memperkuat loyalitas, meningkatkan retensi pelanggan, dan meningkatkan hasil keuangan perusahaan dengan memberikan pengalaman pelanggan yang prima. Upaya yang dilakukan oleh divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA) dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilihat dari deskripsi pekerjaan divisi *Customer Experience* sebagai berikut :

1. Menjadi perantara antara perusahaan dan pelanggan.

Divisi *Customer Experience* bertindak sebagai perantara atau jembatan yang menghubungkan perusahaan dengan pelanggan dan sebaliknya. Staff divisi *Customer Experience* secara rutin menghubungi pelanggan melalui telepon untuk menanyakan apakah terjadi kendala atau tidak, hal ini dilakukan sebagai bentuk pelayanan kepada pelanggan *enterprise*.

2. Melakukan *visit* pelanggan secara rutin.

Upaya divisi *Customer Experience* dalam melakukan pelayanan prima lain yaitu dengan *visit* pelanggan secara rutin setiap 2 (dua) bulan sekali. *Visit* tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman

berlangganan dengan PT Media Sarana Data (GMEDIA) dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

3. Membantu pelanggan dalam mengetahui kebutuhan layanan.

Divisi *Customer Experience* membantu pelanggan dalam mengetahui layanan yang dibutuhkan dengan memberi beberapa opsi saran layanan yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

4. Melakukan pendekatan personal dengan pelanggan.

Setiap pelanggan merupakan individu yang unik dengan kebutuhan, preferensi, dan pengalaman yang berbeda sehingga dengan pendekatan secara personal, divisi *Customer Experience* dapat memperlakukan pelanggan secara berbeda tergantung dengan karakter tiap pelanggan. Hal ini dapat membangun hubungan yang kuat dan positif antara perusahaan dengan pelanggan.

5. Membantu pelanggan dalam proses administratif.

Proses administratif yang dilakukan yaitu dengan membuat formulir pembelian, berlangganan, perubahan layanan, dan isolir. Selain itu, membantu pelanggan dalam memberikan CLP (*Customer Loyalty Program*) dan *Coaching* sebagai bentuk pelayanan kepada pelanggan yang loyal dalam berlangganan di PT Media Sarana Data (GMEDIA).

6. Membantu pelanggan dalam penanganan masalah yang berkaitan dengan layanan.

Dalam berlangganan pasti tidak luput dari kendala layanan yang terjadi, maka divisi *Customer Experience* membantu pelanggan dengan menyampaikan masalah layanan kepada tim terkait untuk segera

dilakukan penanganan masalah layanan dan upaya pencegahan agar kendala yang sama tidak terjadi kembali.

## B. Penilaian dan Pembahasan

Penilaian kualitas pelayanan dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat mengetahui apakah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah dilakukan oleh divisi *Customer Experience* sehingga apabila terdapat ketidakpuasan pelanggan dalam beberapa aspek, perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penilaian ini dilakukan dengan menggunakan *kuesioner* Skala Likert dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Keterangan Kategori

Skala Penilaian	Keterangan Kategori	
1	STP	Sangat Tidak Puas
2	TP	Tidak Puas
3	C	Cukup
4	P	Puas
5	SP	Sangat Puas

Responden yang berpartisipasi dalam melakukan penilaian kualitas pelayanan PT Media Sarana Data (GMEDIA) yaitu PIC (*person in charge*) yang merupakan penanggungjawab dari masing-masing instansi yang menjadi pelanggan *enterprise* PT Media Sarana Data (GMEDIA), biasanya merupakan manajer IT. Responden secara langsung melakukan penilaian dengan mengisi kuesioner penilaian kualitas pelayanan saat karyawan melakukan kunjungan ke pelanggan *enterprise*. Terdapat 54 pelanggan *enterprise* yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner tersebut.

Berikut merupakan analisis dari hasil kuesioner kualitas pelayanan pada divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA) yang dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2023 :

**1. *Tangibles* (bukti fisik)**

Bukti langsung yaitu fasilitas fisik yang ditampilkan oleh PT Media Sarana Data (GMEDIA), perlengkapan, dan penampilan personil pegawai.

*Tabel 4.2 Tanggapan responden mengenai dimensi Tangibles*

Dimensi <i>Tangibles</i>	SP	P	C	TP	STP
Karyawan berpenampilan rapi dan profesional.	35	19	0	0	0

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan penampilan karyawan yang rapi dan profesional karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 35 responden dan yang menyatakan puas sebanyak 19 responden. Penampilan yang rapi dan profesional dari karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) sangat penting karena banyak dari pelanggan *enterprise* PT Media Sarana Data (GMEDIA) di bidang *Government, Education, Hospitality, dan Corporate* sehingga penampilan yang rapi dan profesional dapat menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja karyawan yang bertugas.

**2. *Reliability* (keandalan)**

Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan apa yang dijanjikan secara andal dan tepat. Keandalan menuntut penyedia jasa untuk jujur dan terbuka pada pelanggan akan kemampuan memberikan apa yang dijanjikan.

*Tabel 4.3 Tanggapan responden mengenai dimensi Reliability*

Dimensi <i>Reability</i>	SP	P	C	TP	STP
Karyawan mampu dalam menangani masalah pelanggan.	29	24	1	0	0
Karyawan menyampaikan jasa sesuai janji.	33	16	5	0	0
Karyawan tetap memberikan informasi terkait layanan kepada pelanggan.	36	17	1	0	0

Berdasarkan tabel di atas, pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan penanganan masalah dari karyawan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 29 responden, yang menyatakan puas sebanyak 24 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 1 responden. Penanganan masalah yang baik oleh karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) dapat dilihat dari kendala yang dikeluhkan oleh pelanggan yang kemudian dianalisis akarnya dan diberikan solusi oleh tim ahli terkait sehingga masalah diselesaikan dengan tepat.

Kemudian pada pernyataan kedua, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan penyampaian jasa yang sesuai janji karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 33 responden, yang menyatakan puas sebanyak 16 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 5 responden. Pada awal dilakukan kesepakatan berlangganan antara perusahaan dan pelanggan, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) memberikan perjanjian dengan MoU dan/atau formulir berlangganan yang memuat kesepakatan antara kedua belah pihak sehingga perusahaan memberikan layanan yang sesuai dengan klaim dan janji yang diberikan untuk memberikan layanan yang prima kepada

pelanggan. Hal ini membuat pelanggan merasa janji sesuai dengan layanan yang diberikan.

Dan pada pernyataan ketiga, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pemberian informasi terkait layanan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 36 responden, yang menyatakan puas sebanyak 17 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 1 responden. Dalam pemberian informasi mengenai layanan kepada pelanggan, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) tetap melakukannya secara rutin. Hal ini dapat dilihat dari adanya pemberian berita acara, laporan bulanan layanan seperti pembayaran dan perpanjangan layanan sehingga pelanggan dapat mengetahui informasi terbaru terkait layanan tersebut.

Pada dimensi *Reliability* (keandalan), pernyataan “Karyawan mampu dalam menangani masalah pelanggan” memiliki penilaian yang paling rendah diantara dua pernyataan lain. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan merasa karyawan kurang mengerti permasalahan yang ada sehingga membutuhkan bantuan dari karyawan lain yang lebih ahli untuk menjelaskan dan menangani masalah. Akan tetapi hal ini terjadi sebab divisi *Customer Experience* merupakan divisi yang berfokus sebagai perantara antara pelanggan dan perusahaan sehingga karyawan divisi ini lebih cenderung ahli dalam berkomunikasi namun tidak ahli dalam bagian teknis. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada karyawan divisi *Customer Experience* agar memiliki pemahaman di bidang teknis walaupun tidak ahli.

### 3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat (*responsif*) kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

*Tabel 4.4 Tanggapan responden mengenai dimensi Responsiveness*

Dimensi <i>Responsiveness</i>	SP	P	C	TP	STP
Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan informasi dan penanganan masalah.	31	23	0	0	0
Karyawan memiliki kesiapan dalam merespon dan menjawab pertanyaan pelanggan.	32	20	2	0	0
Karyawan proaktif membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah.	32	20	2	0	0

Berdasarkan tabel di atas, pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan respon yang cepat dan tanggap oleh karyawan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 31 responden dan yang menyatakan puas sebanyak 23 responden. Dalam menangani masalah pelanggan, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) berupaya untuk selalu bersikap cepat dan tanggap. Hal ini dapat dilihat dari saat pelanggan menghubungi karyawan terkait keluhan layanan, karyawan langsung menginformasikan kepada tim terkait adanya masalah pada pelanggan sehingga proses kunjungan tim untuk penanganan masalah terjadi cepat yaitu kurang dari 3 hari.

Kemudian pada pernyataan kedua, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kesiapan karyawan dalam merespon dan menjawab pertanyaan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 32 responden, yang menyatakan puas sebanyak 20 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 2 responden. Pada saat melakukan

kunjungan rutin, pelanggan banyak memberikan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan untuk mengetahui informasi layanan sebanyak-banyaknya sehingga dibutuhkan kesiapan oleh karyawan yang bertugas. Hal ini dilakukan untuk menjaga profesionalitas karyawan dimata pelanggan. Selain itu, kesiapan juga dibutuhkan untuk pemberian informasi yang akurat agar meminimalisir adanya miskomunikasi antara pelanggan dan karyawan.

Dan pada pernyataan ketiga, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan karyawan yang proaktif membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 32 responden, yang menyatakan puas sebanyak 20 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 2 responden. Karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) proaktif dalam membantu pelanggan menangani masalah dapat dilihat pada saat karyawan berinisiatif menghubungi pelanggan secara rutin tanpa menunggu pelanggan menghubungi terlebih dahulu. Karyawan secara aktif mencari tahu jika ada masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pelanggan. Kemudian, karyawan bertindak cepat memberikan solusi atau bantuan yang diperlukan untuk memecahkan masalah dengan efektif.

Pada dimensi *Responsiveness* (daya tanggap), pernyataan “Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan informasi dan penanganan masalah” memiliki penilaian yang paling rendah diantara dua pernyataan lain. Hal ini dikarenakan beberapa masalah diselesaikan lebih lama sebab tingkat kesulitan dari masalah berbeda-beda sehingga



diperlukan waktu yang lebih lama untuk menangani masalah yang sulit dan rumit. Oleh karena itu, karyawan perlu memberikan pengertian kepada pelanggan jika masalah yang dihadapi cenderung sulit dan rumit sehingga diperlukan waktu yang lebih lama untuk menyelesaikannya.

#### 4. Assurance (jaminan)

Jaminan yaitu pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan mereka untuk mengesankan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

*Tabel 4.5 Tanggapan responden mengenai dimensi Assurance*

Dimensi Assurance	SP	P	C	TP	STP
Karyawan bersikap sopan saat berkomunikasi dengan pelanggan.	42	12	0	0	0
Karyawan teliti dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.	33	20	1	0	0
Karyawan memberikan dukungan kepada pelanggan.	33	19	2	0	0

Berdasarkan tabel di atas, pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan sikap sopan karyawan saat berkomunikasi karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 42 responden dan yang menyatakan puas sebanyak 12 responden. Bersikap sopan santun merupakan kewajiban bagi karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini mencakup penggunaan bahasa yang sopan, menghormati kebutuhan, dan preferensi pelanggan. Karyawan bersikap sopan sebagai upaya untuk memberikan pengalaman positif yang dapat menciptakan suasana yang nyaman, meningkatkan kesan pelanggan terhadap perusahaan, dan membantu membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan.

Kemudian pada pernyataan kedua, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan ketelitian karyawan dalam pelayanan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 33 responden, yang menyatakan puas sebanyak 20 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 1 responden. Pada saat melakukan pelayanan, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) dengan teliti, cermat, memperhatikan detail dan memastikan kualitas layanan yang diberikan dilakukan dengan tingkat kualitas yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) yang selalu mencatat poin-poin pembahasan saat melakukan kunjungan sebagai bahan untuk membuat laporan harian. Laporan tersebut juga digunakan sebagai bahan pembahasan untuk kunjungan kedepan.

Dan pada pernyataan ketiga, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan karyawan yang memberikan dukungan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 33 responden, yang menyatakan puas sebanyak 19 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 2 responden. Karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) memberikan dukungan dengan bantuan atau bimbingan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dukungan ini mencakup memberikan informasi layanan, membantu proses pembelian atau penggunaan, menanggapi keluhan, serta memberikan saran atau solusi yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pada dimensi *Assurance* (jaminan), pernyataan “Karyawan memberikan dukungan kepada pelanggan” memiliki penilaian yang paling

rendah diantara dua pernyataan lain. Hal ini dikarenakan setiap karyawan memiliki sifat dan karakter yang berbeda-beda sehingga pengalaman dari beberapa pelanggan yang dilayani oleh karyawan A akan berbeda dengan pelanggan lain yang dilayani oleh karyawan B. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan kepada semua karyawan agar setiap dukungan yang dilakukan akan tersampaikan secara baik oleh pelanggan.

### 5. *Empathy* (empati)

Empati yaitu setiap perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

*Tabel 4.6 Tanggapan responden mengenai dimensi Empathy*

Dimensi <i>Empathy</i>	SP	P	C	TP	STP
Karyawan memberikan perhatian secara pribadi.	29	18	7	0	0
Karyawan simpatik dan bertanggungjawab.	35	19	0	0	0
Karyawan dapat membuat pelanggan merasa istimewa.	31	19	4	0	0
Dalam melakukan intimasi dan komunikasi, karyawan dapat menyesuaikan waktu dengan baik.	32	21	1	0	0

Berdasarkan tabel di atas, pada pernyataan pertama dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan perhatian pribadi karyawan kepada pelanggan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 29 responden, yang menyatakan puas sebanyak 18 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 7 responden. Karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) memberikan perhatian kepada pelanggan, hal ini mencerminkan komitmen karyawan untuk menghargai

dan mengakui setiap pelanggan sebagai individu yang penting. Perhatian pribadi membuat pelanggan cenderung lebih sensitif terhadap kebutuhan dan lebih responsif terhadap permintaan atau masalah sehingga pendekatan personal antara karyawan dan pelanggan dapat terjalin dengan baik.

Pada pernyataan kedua, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan sikap simpatik dan bertanggungjawab karyawan karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 35 responden dan yang menyatakan puas sebanyak 19 responden. Sikap simpatik karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) dapat dilihat dari karyawan yang ramah, peduli, dan memperhatikan perasaan pelanggan. Karyawan menunjukkan minat dan perhatian yang tulus terhadap masalah atau keinginan pelanggan. Selain itu, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) juga bertanggung jawab penuh dengan tugas-tugas dalam melayani pelanggan. Karyawan dapat diandalkan untuk memberikan layanan yang konsisten, berkualitas, dan tepat waktu kepada pelanggan. Dengan demikian, sikap simpatik dan bertanggung jawab membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan.

Kemudian pada pernyataan ketiga, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan karyawan yang membuat pelanggan merasa istimewa karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 31 responden, yang menyatakan puas sebanyak 19 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 4 responden. Karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) memiliki kemampuan untuk menciptakan

pengalaman yang istimewa bagi pelanggan. Hal ini dilihat dari interaksi yang baik, pelayanan yang ramah, dan perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Karyawan membuat pelanggan merasa dihormati, dihargai, dan dianggap istimewa.

Dan pada pernyataan keempat, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas dengan karyawan yang dapat menyesuaikan waktu kunjungan dengan baik karena pelanggan yang menyatakan sangat puas sebanyak 32 responden, yang menyatakan puas sebanyak 21 responden, dan yang menyatakan cukup sebanyak 1 responden. Dalam melakukan kunjungan rutin, karyawan PT Media Sarana Data (GMEDIA) memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan waktu yang nyaman dengan pelanggan. Hal ini dapat dilihat saat karyawan menghubungi pelanggan untuk menjadwalkan janji temu untuk menanyakan apakah pada hari dan jam tertentu pelanggan dapat bertemu atau tidak. Apabila pelanggan menolak, maka karyawan dapat menjadwalkan ulang kunjungan di lain waktu.

Pada dimensi *Empathy* (empati), pernyataan “Karyawan memberikan perhatian secara pribadi” memiliki penilaian yang paling rendah diantara tiga pernyataan lain. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan belum merasa menerima perhatian tersebut dari karyawan yang bertugas sehingga diharapkan karyawan memastikan bahwa setiap pelanggan menerima perhatian yang sama. Akan tetapi tetap disesuaikan dengan sifat dan karakter dari pelanggan agar tidak menimbulkan persepsi buruk pelanggan kepada karyawan.

### C. Hasil Pembahasan dan Tindak Lanjut

Menurut Goetsch dan Davis dalam Hijeriah (2021), kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Tjiptono dalam Fatini (2019) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan dipersepsikan sebagai kualitas yang unggul atau bisa dikatakan ideal, dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk (Fatini, 2019).

Berdasarkan teori dan hasil penilaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada divisi *Customer Experience* PT Media Sarana Data (GMEDIA) dalam kategori sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang menyatakan sangat puas terhadap penampilan karyawan, sikap karyawan yang dapat diandalkan, pelayanan karyawan yang cepat tanggap, jaminan dalam bentuk perhatian serta pemberian informasi yang jelas dengan penuh keramahan dan kenyamanan. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan tersebut memberikan dampak pada peningkatan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan sehingga menimbulkan keinginan pelanggan untuk terus berlangganan bahkan merekomendasikan jasa pada orang lain (Catherine, 2018).

Tindak lanjut perusahaan setelah menerima hasil dari penilaian kualitas pelayanan tersebut yaitu dengan mempertahankan kualitas pelayanan

perusahaan agar tetap baik sehingga pelanggan terus merasa puas dengan layanan yang diberikan khususnya pada divisi *Customer Experience*. Perusahaan berkomitmen untuk memelihara standar kualitas yang telah ditetapkan dalam menyediakan layanan kepada pelanggan. Hal ini termasuk memastikan bahwa setiap interaksi dengan pelanggan, baik itu pembelian produk, layanan purna jual, atau dukungan pelanggan, mencerminkan keunggulan dan profesionalisme. Kualitas pelayanan tersebut tidak boleh menurun dari waktu ke waktu. Perusahaan berusaha menjaga kualitas pelayanan tetap konsisten atau bahkan meningkat seiring waktu. Hal ini melibatkan upaya terus-menerus untuk evaluasi, perbaikan, dan inovasi.