

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

1.1 Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Instansi

1.1.1 Temuan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas serta hasil pengamatan selama masa kerja praktek menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kelemahan-kelemahan, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan masih ada masalah yang belum sepenuhnya dikoordinasi dengan pimpinan dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan kepada pegawai tersebut. Didalam bidang SCO (*Sales Counter Officer*) terdapat beberapa kelemahan seperti selisih hasil penjualan atau disebut selisih uang fisik dengan dan sistem yang terkadang mengalami kendala.

1.1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Bagaimana agar pegawai tidak mengalami selisih atas hasil penjualan?
2. Aspek-aspek apa saja yang mendukung dan menghambat koordinasi dalam kegiatan penginputan data pelanggan?

1.1.3 Kerangka pemecahan Masalah

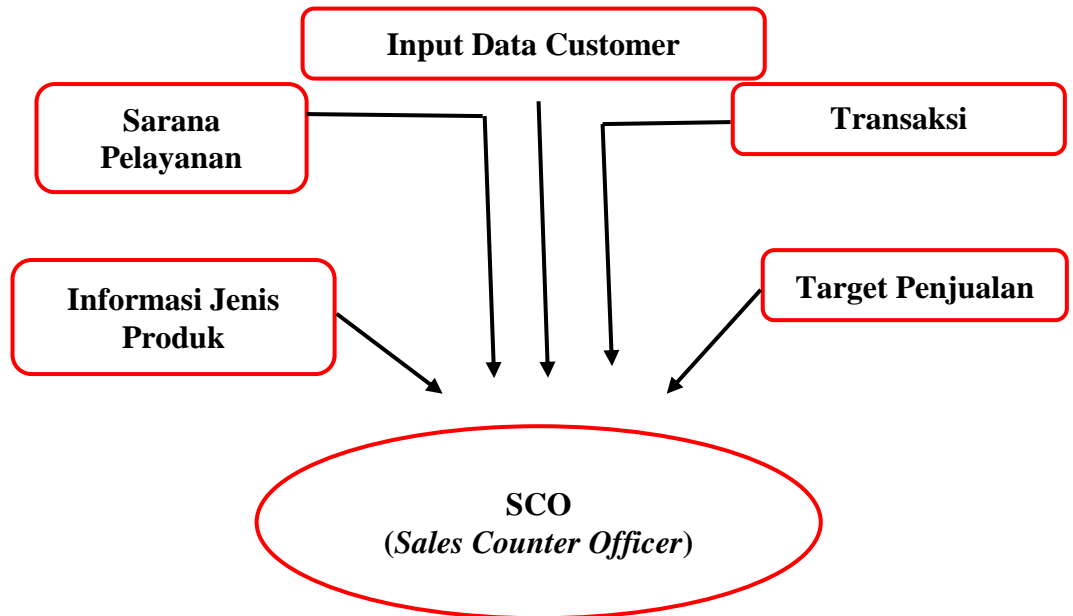
Sebagai SCO (*Sales Counter Officer*) di PT TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) KP 37 Soekarno Hatta Bandar Lampung ditugaskan bukan hanya sebagai penerima customer yang akan mengirimkan barang (paket) tapi juga diharapkan untuk bisa menjadi customer servis untuk melayani pelanggan dalam hal pertanyaan produk dan complain. Tetapi sebagai SCO jika suatu complain tidak dapat diatasi maka pegawai SCO bisa menghubungi bagian customer servis pada kantor

pusat cabang utama yang berada di kantor Jl. Imam Bonjol No.351 Langkapura Bandar Lampung. SCO juga dituntut untuk bekerja secara target yang dapat disebut sebagai target penjualan.

Pekerjaan sebagai pegawai SCO yaitu menginput data pelanggan berupa data pengirim dan penerima , melakukan transaksi penjualan, melakukan packing terhadap barang yang akan dikirim, dan juga melakukan penyetoran setiap hari ke kantor pusat Jakarta melalui Bank. Dalam penginputan data tak jarang pelanggan memberikan informasi yang salah baik dari data pengirim maupun penerima yang bisa saja memperlambat proses karena harus mengulang penginputan data.

PT TIKI JNE memiliki 2 karakter bungkus (plastik/flayer) yang digunakan untuk mempacking barang yang akan dikirim menggunakan jasa JNE. Flayer dibedakan dalam 2 warna yaitu flayer warna putih dan flayer warna merah yang memiliki fungsi berbeda yaitu flayer merah untuk pengiriman cepat (yes,CTC,Reg (TKG)). Pegawai SCO juga ditugaskan melakukan penyetoran kepada kantor pusat melalui Bank atas hasil penjualan. Tak jarang hasil penjualan mengalami mines yang membuat pegawai SCO bertanggung jawab untuk menutupi mines penjualan dengan uang pribadi mereka. Penyetoran pegawai SCO dilakukan di 2 Bank yang berbeda dan hari yang berbeda yaitu Bank BCA pada hari Senin sampai Kamis dan Bank BNI pada hari Jumat.

Pegawai SCO bisa melakukan penghitungan penyetoran secara berkala guna mengurangi selisih pada hasil penjualan. Pada customer sebagai SCO dapat mengontrol diri untuk menghadapi segala keluhan yang diberikan oleh pelanggan ataupun dalam hal menginput data mungkin dapat dilakukan pencatatan terlebih dahulu untuk mengurangi kesalahan penginputan data. Pegawai SCO juga bisa melaporkan mengenai sistem yang sering mengalami kendala saat akses sistem JNE dan mengontrol secara berkala oleh maintenance.



Gambar 2. Kerangka Pemecah Masalah

1.2 Landasan Teori

Teori Pelayanan

Terjadinya kompetisi dalam usaha dalam merebut market guna meningkatkan penjualan membawa sebuah perubahan positif dalam dunia bisnis karena mereka bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen. Hal itu mengubah persepsi banyak orang yang awalnya berpegang teguh pada filosofi produk dan penjualan ke filosofi pemasaran. Dalam proses pemasaran, kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang sangat krusial karena hal itu menjadi faktor dominan dalam menciptakan rasa puas atau tidak puasnya terhadap pelanggan.

Batinggi dan Badu (2009), mengemukakan bahwa berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia; pelayanan kata dasarnya adalah layan

dan kata kerjanya adalah melayani, artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Sementara itu S. Lukman dan Moenir dalam Batinggi dan Badu (2009), juga mengatakan “pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan (Ratminto, 2005). Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kecepatan menangani keluhan dan keramahan terhadap pelanggan.

Pelayanan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai aspek usaha atau aktivitas bisnis yang bergerak di bidang jasa (Batinggi dan Badu, 2009). Pelayanan akan sangat menentukan dalam setiap kegiatan di masyarakat jika di dalamnya terdapat persaingan. Bisa jadi produk yang dijual sama atau jasa yang ditawarkan juga sama tapi kenapa respon dari masyarakat bisa berbeda? Semua itu disebabkan oleh adanya pelayanan terhadap pelanggan yang berbeda. Prasajo dalam Batinggi dan Badu (2009), mengatakan “pelayanan merupakan tanggapan terhadap keperluan manajerial yang hanya akan terpenuhi kalau pengguna jasa itu mendapatkan produk yang mereka inginkan.”

3.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam menjelaskan pengertian Kualitas Pelayanan ini penulis mengambil beberapa pendapat para ahli yaitu,

1. Kualitas adalah “segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan” (Batinggi dan Badu, 2009).

2. Menurut Goetsch dalam Siswanto (2005), kualitas adalah “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.
3. Tjiptono (2007), mendefinisikan kualitas jasa/pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Konsep kualitas sendiri sebenarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu:

- 1) Persepsi konsumen
- 2) Produk/jasa dan
- 3) Proses.

Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa atau layanan (Lupiyoadi, 2013). Sviokla dalam Lupiyoadi (2013), mengemukakan bahwa kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek berikut:

1. Kinerja (performance). Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.
2. Keistimewaan produk (features). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini pelanggan) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian,

perkembangan kualitas suatu produk jasa menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3. Reliabilitas/keterandalan (reliability). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk (jasa). Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak reliabel mengalami kerusakan.
4. Kesesuaian (conformance). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.
5. Ketahanan atau daya tahan (durability). Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang dapat diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
6. Kemampuan pelayanan (serviceability). Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetisi, kegunaan, dan kemudahan produk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya. Variabel-variabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan

standar perorangan mengenai pelayanan yang diterima, di mana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan suatu kesimpulan akan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh konsumen.

7. Estetika (aesthetics). Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk didengar oleh pelanggan. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.
8. Kualitas yang dirasakan (percieved quality). Konsumen tidak selalu memiliki informasi lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya pelanggan memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen atau penyedia jasa.

Kualitas pelayanan merupakan dua suku kata yang saling bertautan dan integral, dua suku kata tersebut harus dikerjakan dengan baik dan benar. Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan serta persepsi. Kualitas pelayanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan. Mereka berkompetisi untuk menyajikan sebuah pelayanan yang lebih baik, lebih ramah dan lebih mendekatkan antara perusahaan dengan konsumennya.

1.3 Metode Yang Digunakan

Berdasarkan latar belakang, masalah dan tujuan penelitian ini maka menurut saya yang sesuai dengan metode penelitian ini adalah

menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Penggunaan metode ini adalah untuk mendeskripsikan koordinasi dalam kegiatan pelayanan dan komunikasi pada PT TIKI JNE KP 37 Soekarno Hatta Kota Bandar Lampung, mengkaji secara kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial, atau hubungan kekerabatan.

Melalui pendekatan kualitatif, kajian tentang pelayanan dan komunikasi pegawai SCO pada PT TIKI JNE KP 37 Soekarno Hatta Kota Bandar Lampung akan mampu memberikan informasi yang akurat sehingga sangat membantu proses interpretasi informasi dan data yang diperoleh.

Melalui proses ini diharapkan muncul proposisi hipotetik baru melalui interpretasi interaksi antara atribut dan propertise yang selanjutnya digunakan untuk membangun kategori dan memberikan eksplanasi terhadap fenomena yang diteliti. Dengan demikian, aktivitas penelitian ini dicirikan oleh kegiatan mengumpulkan, menggambarkan dan menafsirkan data tentang situasi yang dialami, hubungan tertentu, kegiatan, pandangan, sikap yang ditunjukkan atau tentang kecenderungan yang tampak dalam proses yang sedang berlangsung, pertentangan yang meruncing serta kerjasama yang dijalankan. Melalui desain ini dapat diperoleh gambaran fenomena, fakta, sifat serta hubungan fenomena tentang pelayanan dan komunikasi PT TIKI JNE KP 37 Soekarno Hatta Kota Bandar Lampung secara utuh sehingga dapat dilakukan kategorisasi dan perumusan hipotesis sebagai temuan penelitian.

1.4 Rancangan Yang Akan Dibuat.

Menurut saya rancangan program yang harus diterapkan adalah melatih ketelitian dan empati, dengan adanya program ini dapat mempunyai peranan

penting dalam proses memperoleh dan meningkatkan kualitas kemampuan profesional individu, melalui pelatihan seseorang dipersiapkan untuk memiliki bekal agar siap tahu, mengenal dan mengembangkan metode berfikir secara sistematis agar dapat memecahkan masalah yang akan dihadapi dalam menyelesaikan berbagai pekerjaan. Hal ini juga berlaku dalam lingkungan perusahaan seperti PT TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) KP 37 Soekarno Hatta Kota Bandar Lampung, bila ingin meningkatkan sumber daya pegawainya.

Dalam melaksanakan koordinasi kegiatan pelayanan dan komunikasi pada PT TIKI JNE KP 37 Soekarno Hatta Kota Bandar Lampung, perlu adanya inovasi tentang berbagai aspek sebagai berikut :

1. Pegawai SCO dapat lebih teliti saat menerima pembayaran dari pelanggan baik pelanggan baru maupun langganan untuk menghindari terjadinya minus pada hasil penjualan
2. Ketika pegawai menerima pelanggan pastikan untuk melayani dengan profesional dan tidak terbawa oleh suasana yang ada pada dirinya baik marah ataupun senang.
3. Pegawai yang mengalami minus perhitungan pada hasil penjualan dapat menggantinya (mencukupkan) dengan menggunakan uang pribadi sesuai dengan jumlah yang sesuai dengan hasil penjualan yang didapat.
4. Sebelum melakukan penyeteroran upayakan untuk memeriksa terlebih dahulu hasil penjualan yang didapat oleh masing-masing pegawai SCO.

Dokumentasi dari proses ketelitian dan pengembangan inovasi beserta akibat-akibat yang ditimbulkannya sangat diperlukan untuk pembelajaran bagi pegawai dalam melaksanakan kegiatan dan tugas.

Faktor kepuasan pegawai dalam melaksanakan pekerjaan sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan tugas, sebab dengan kepuasan pegawai untuk kegiatannya, maka tugas-tugas yang dibebankan dapat dilaksanakan dengan baik, kemudian pegawai yang mempunyai pengalaman memadai pada umumnya mempunyai inisiatif yang baik untuk melaksanakan tugas-tugas dengan baik kemudian mempunyai ide-ide yang baik pula dalam

melaksanakan tugas-tugas yang bebankan kepadanya.

Dengan demikian perencanaan juga mempunyai peranan penting bagi seseorang sebagai penanggung jawab pencapaian tujuan organisasi dengan menggerakkan, mengerahkan, segala daya upaya semua potensi yang ada dalam organisasi termasuk material, alat, metode, dan moral. Integrasi manusia dengan semua potensi yang ada di dalam organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran yang efisien dan efektif.

Faktor tujuan juga menjadi salah satu ukuran pemberian motivasi seseorang, karena dengan tujuan organisasi yang jelas seorang secara langsung dapat dilihat sejauh mana keberhasilannya dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Dengan tujuan yang jelas dengan sendirinya tercipta hasil yang maksimal bila dilaksanakan seoptimal mungkin. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, apalagi jika ingin dilakukan prinsip peningkatan kualitas pelayanan sebagaimana yang diinginkan, maka diperlukan kebijakan untuk memperbaiki manajemen dan penempatan pegawai yang sesuai dengan latar belakang pendidikan dan keahliannya.