

Analisa Peningkatan Sumber Daya Manusia Untuk Pelayanan Kepuasan Pelanggan

Kiswandono^{1,*}, Agus Subagyo²

1 Jurusan Teknik Industri ITN Malang

2 Jurusan Teknik Sipil ITN Malang

* E-mail : kiswandono7@gmail.com

Abstrak. Dalam peningkatan perkembangan suatu perusahaan menghadapi persaingan yang begitu ketat perlu melakukan perubahan di dalam perusahaan salah satu meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Yang mempengaruhi peningkatan penjualan suatu produk. Hal ini perusahaan mengupayakan peningkatan dimana sumber daya manusia dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan. Jenis penelitian deskriptif dengan metode menyebarkan kuisioner pada pelanggan PT. Arjasa Batu. Pengolahan data meliputi uji validasi, uji reabilitas, uji regresi, uji F, dan uji t. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel sumber daya manusia meliputi umur, pendidikan, sikap, pengalaman, dan produk fisik. Mempengaruhi pelayanan kepuasan pelanggan. Variabel umur (x1) = 1,101, pendidikan (x2) = 1,713, sikap (x3) = 5,531, pengalaman (x4) = 0,325, dan produk fisik (x5) = 1,574. Berdasarkan hasil t hitung tersebut bahwa variabel umur, pendidikan, sikap, pengalaman, dan produk fisik dan hasil regresi sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimana salah satunya sikap sangat mempengaruhinya.

Kata Kunci: Kualitas Sumber Daya Manusia, Pelayanan Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Karena manusia adalah bagian dari suatu organisasi, maka efektifitas setiap organisasi sangat mempengaruhi perilaku manusia itu sendiri. Manusia merupakan sumber daya semua organisasi, baik industri manufaktur atau usaha yang bergerak dibidang jasa atau produk semua akan berinteraksi dengan manusia. Setiap manusia memiliki karakter yang berbeda.

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya pelayanan kepuasan pelanggan. Juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan atau selisih antara layanan yang dirasakan atau diapresiasi pelanggan dengan layanan ideal yang diinginkan atau diminta pelanggan (harapan). Kualitas sumber daya manusia meliputi umur, pendidikan, sikap, pengalaman dan produk fisik di PT. Arjasa, merupakan usaha yang bergerak dibidang farmasi dan alat rumah tangga dari kayu. Karena pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat maka kebutuhan masyarakat akan juga meningkat. Untuk menjaga loyalitas dari pelanggan, PT. Arjasa harus meningkatkan kualitas layanan dari para karyawannya. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kinerja karyawan, tujuannya adalah untuk meningkatkan kepuasan yang secara tidak langsung akan menambah jumlah pelanggan, sehingga harus dapat memelihara kelangsungan hidup usaha dan harus mampu melayani kebutuhan pelanggan secara lancar dalam jumlah yang cukup memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan akan produk, namun dalam perjalanannya sering mendapat keluhan dari pelanggan tentang produknya.

Evaluasi kualitas pelayanan kepuasan pelanggan dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh sumber daya manusia. Sikap dan perilaku dalam melayani serta kredibilitas dan profesionalitas sebagai salah satu bentuk dalam penilaian.

Objek dari penelitian ini adalah pelanggan PT. Arjasa merupakan pihak yang langsung berhubungan dengan jasa pelayanan kepuasan pelanggan. Memberikan informasi yang didapatkan dari pelanggan itu sendiri secara langsung.

Bahwa penjualan sangat bergantung untuk kelangsungan sebuah perusahaan maka penjualan harus bisa selalu ditingkatkan dan salah satu faktor yang bisa meningkatkan penjualan adalah sumber daya manusia terhadap pelayanan kepuasan pelanggan. Akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan penjualan.

2. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui factor sumber daya manusia yang mempengaruhi pelayanan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengidentifikasi factor sumber daya manusia apa saja yang mempengaruhi signifikan didalam pelayanan kepuasan pelanggan.

3. Metodologi Penelitian

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu studi untuk mengadakan perbaikan terhadap suatu keadaan terdahulu. Penelitian dilakukan terhadap suatu permasalahan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang lebih baik dari sebelumnya.

Metodologi Penelitian Secara Operasional

Metodologi penelitian secara operasional dilakukan dengan langkah- langkah penelitian operasional yang menyangkut:

Survey Perusahaan

Survey lapangan merupakan kegiatan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian manajemen mutu menggunakan metode regresi dengan mengetahui kondisi sebenarnya dari obyek yang diteliti. Survey perusahaan dilakukan PT. Arjasa pada bulan Maret 2015.

Kuesioner

Kuesioner disebarkan kepada pelanggan atau responden dalam hal ini pelanggan PT. Arjasa, untuk mendapatkan informasi tentang harapan pelanggan dan kualitas pelayanan kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh PT. Arjasa.

Instrument Penelitian

Identifikasi ini untuk menentukan variabel-variabel apa saja yang akan digunakan. Variabel sumber daya manusia penelitian ini terdiri dari lima variabel antara lain: umur , pendidikan , sikap, pengalaman, produk-produk fisik dinyatakan dalam variabel X, serta satu variabel untuk pelayanan kepuasan pelanggan yang ditentukan sebagai variabel Y.

Tabel 1. Hasil Penelitian dan Pembahasan

	Koefisien	t Hitung	Signifikasi
Konstanta	0,283	1,257	0,212
Umur (X1)	0,113	1,101	0,274
Pendidikan (X2)	0,274	1,713	0,090
Sikap (X3)	0,647	5,531	0,000
Pengalaman (X4)	0,180	1,325	0,746
Produk Fisik (X5)	0,120	1,574	0,119
R ²	0,830		
Fhitung	91,686		

(Sumber : Progam SPSS)

Didapatkan hasil analisa regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,283 + 0,113X1 + 0,274X2 + 0,647X3 + 0,180X4 + 0,120X5$$

Dimana dari persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 0,283 yang artinya apabila variabel bebas sumber daya manusia diabaikan nol maka variabel terikat (pelayanan kepuasan pelanggan) adalah sebesar nilai konstantanya yaitu 0,283. Jika nilai konstanta tersebut tidak ada peningkatan pada pelayanan kepuasan pelanggan adalah 0,283.
2. Koefisien variabel keandalan (X1) 0,113, Artinya apabila faktor keandalan meningkat sebesar satu satuan dengan variabel bebas yang lain konstan atau sama dengan (0) nol maka akan dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 0,113 .
3. Koefisien variabel daya tanggap (X2) 0,274, . Artinya apabila faktor pendidikan meningkat sebesar satu satuan dengan variabel bebas yang lain konstan atau sama dengan (0) nol maka akan dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 0,274.
4. Koefisien variabel jaminan (X3) 0,647, Artinya apabila faktor sikap meningkat sebesar satu satuan dengan variabel bebas yang lain konstan atau sama dengan (0) nol maka akan dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 0,647.
5. Koefisien variabel pengalaman (X4) 0,180, Artinya apabila faktor empati meningkat sebesar satu satuan dengan variabel bebas yang lain konstan atau sama dengan (0) nol maka akan dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 0,180.
6. Koefisien variabel produk fisik (X5) 0,120, Artinya apabila faktor produk-produk fisik meningkat sebesar satu satuan dengan variabel bebas yang lain konstan atau sama dengan (0) nol maka akan dapat meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 0,120.
7. Bahwa nilai koefisien determinasi pelayanan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh umur, pendidikan, sikap, pengalaman, dan produk-produk fisik sebesar 83,0% sedangkan sisanya sebesar 17,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Dari hasil pengolahan data, diperoleh koefisien yang telah distandardisasi untuk variabel umur 0,113, pendidikan 0,274, sikap 0,647, pengalaman 0,180, dan produk-produk fisik 0,120. Keseluruhan variabel berpengaruh positif terhadap pelayanan kepuasan pelanggan..

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa lima variabel sumber daya manusia yang meliputi variabel umur, pendidikan, sikap, pengalaman, dan produk fisik hanya satu variabel yang berpengaruh terhadap pelayanan kepuasan pelanggan PT. Arjasa Batu yaitu variabel sikap. Dengan nilai t hitung masing-masing variabel adalah sebagai berikut :
 - a. Umur (X1) = 1,101
 - b. Pendidikan (X2) = 1,713
 - c. Sikap (X3) = 5,531
 - d. Pengalaman (X4) = 1,325
 - e. Produk Fisik (X5) = 1,574Berdasarkan hasil t hitung tersebut terlihat bahwa variabel umur, pendidikan, pengalaman, dan produk fisik mempunyai pengaruh dalam pelayanan tetapi tidak signifikan yang berarti pelayanan dari ke empat variabel tersebut sudah memberikan pelayanan yang memuaskan. Tetapi variabel sikap mempunyai nilai t hitung yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan diantara variabel lainnya, yaitu variabel sikap.

5. Daftar Pustaka

- [1] Amstrong, Gary dan Kotler, Philip. 2007. Principles of Marketing. New Jersey : Prentice hall International, Inc. Churchill, G.A.
- [2] Dwi Aryani Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Institut Teknologi Malang.
- [3] Etta Mamang Sangadji. Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis. Jakarta : Andi Offset.
- [4] Ghozali, Imam, 2006, Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS, BP. UNDIP, Semarang , 2007, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, BP. UNDIP, Semarang Srijanti, dkk. 2007. Etika Membangun Sikap Profesionalisme Sarjana. Jakarta: Graha Ilmu.
- [5] Griffin, Gill. 2005. Customer Loyalty. Jakarta : Penerbit Erlangga Harris, L. C., and Goode, M. M. H. (2004). The Four Levels of Loyalty and the Pivotal Role of Trust: A Study of Online Service Dynamics. Journal of Retailing, 80(2), 139-158.
- [6] Hadi, Sutrisno. 2000. Statistik, jilid 2. Yogyakarta : Andi. Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [7] Husnul Khatimah Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Institut Teknologi Malang.
- [8] Kadek Indri Novita Sari Putri Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Center Denpasar Intitut Teknologi Malang.
- [9] Kotler Philip. 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta. Sarjono, Haryadi. 2011. SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba empat.