



Kualitas Pelayanan Penjualan Sepeda Motor Pada CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu

Fachrul Reza

E-Mail : Rezadakwah123@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Palu

ABSTRACT

The aim of this research to know the quality of sales service of CV. Akai jaya Sentral Yamaha Palu. The informant of this research consists of chief of store and consumer of CV. Akai jaya Sentral yamaha Palu. The data of this research consists of primary and secondary data which is obtain from the result of interview of consumer. The data analysis of this research is qualitative. The result of this research show that the quality that seen from physical evidence of CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu is good enough but need to expand the parking area. The quality of services that seen from reliability in CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu is good. The quality of services that seen from guarantee of CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu is not good yet. And the last, the quality of services that seen from empathy of CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu is already good.

Keyword : Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Guarantee

LATAR BELAKANG

Pada dasarnya kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat yang diharapkan (*expected services*). Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa kualitas layanan dari dealer sepeda motor Yamaha itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan. Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Banyaknya merek sepeda motor yang ada di pasaran dapat membentuk motivasi konsumen dalam memilih merek yang sesuai dengan keinginannya, persepsi tentang merek serta sikap konsumen terhadap merek sepeda motor yang memenuhi keinginan konsumen yang akan mempengaruhi

kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian.

Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik dijelaskan bahwa pelayanan publik merupakan suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan public

Tjiptono (2009) menyatakan keunggulan layanan dapat dibentuk melalui pengintegrasian empat pillar service excellence yang saling berkaitan erat, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan layanan. Kualitas layanan berpengaruh kepuasan, apa bila kualitas

layanan yang diberikan baik maka akan menimbulkan rasa puas.

Adanya kebutuhan alat transportasi terutama sepeda motor menjadi peluang bagi para pelaku bisnis sepeda motor untuk meningkatkan profit perusahaan melalui berbagai cara strategi untuk dapat meraih penjualan yang maksimal dari tiap perusahaan sepeda motor karena kebutuhan sepeda motor yang terus meningkat.

Produk Sepeda Motor Yamaha dipasarkan di seluruh pelosok Indonesia, termasuk di Palu yang ada di Provinsi Sulawesi Tengah. Kota Palu sendiri sebagai kota yang sedang berkembang, tidak mengurungkan niat dari Yamaha untuk membangun dealer-dealer resmi salah satunya yaitu Sentral Yamaha Palu yang mulai berdiri tahun 2015, hal ini dikarenakan begitu cepatnya perkembangan pengguna sepeda motor yang ada di kota Palu.

Sepeda motor dapat dimiliki konsumen melalui dua cara, yaitu membeli secara tunai (*cash*) dan secara kredit. Adapun syarat penjualan sepeda motor tersebut antara lain :

1. Syarat Penjualan Secara Tunai (*cash*) :
 - Memberikan fotokopi KTP, dengan melihat KTP aslinya guna disesuaikan oleh pihak dealer.
 - Memberikan tanda jadi pembelian motor kepada pihak dealer minimal Rp. 50.0000 dan maksimal Rp. 200.0000
 - Lalu konsumen melakukan pembayaran secara tunai
2. Syarat Penjualan Secara Kredit :
 - Fotokopi KTP
 - Fotokopi Kartu Keluarga (KK)
 - Rekening Listrik atau PBB Slip Gaji atau Surat Keterangan Usaha

Dalam proses jual beli sepeda motor di pada CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu, terdapat hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen dan hal tersebut tertuang dalam

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, antara lain :

1. Hak – Hak Konsumen (Pasal 4 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)
 - Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
 - Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 - Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa;
 - Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan jasa yang digunakan;
 - Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian dan atau jasa yang digunakan;
 - Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
 - Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi;
 - Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 - Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
2. Kewajiban Konsumen (Pasal 5 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)
 - Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau

jasa demi keamanan dan keselamatan;

- Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa;
- Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- Mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Berbicara tentang kepuasan pelanggan, ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Parasuraman dan Zeithaml (1990) berhasil mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti langsung) adalah fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan, penampilan pegawai, sarana komunikasi dan area parkir yang tidak memadai dimana area parkir kurang luas.
2. *Reliability* (Kehandalan) adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya tanggap) adalah respon atau kesiagapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan) adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menambahkan kepercayaan konsumen. Jaminan berupa kepastian penyelesaian STNK dan BPKP kurang tepat waktu namun ketidaktepatan waktu disebabkan keterlambatan dari pihak Samsat selaku pihak yang mengeluarkan STNK dan BPKP tersebut.
5. *Emphaty* (Perhatian) adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

Dalam konsep tersebut merupakan kualitas pelayanan yang diestimasi untuk di jadikan acuan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen. Dan dalam hal ini, yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan adalah suara konsumen, hal ini berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan pelanggan dengan maksud untuk memperoleh umpanbalik (*feed back*) agar perusahaan dapat memahami keinginan atau harapan pelanggan, dan tentu saja perusahaan dapat menilai apakah pelanggan lebih meningkat atau justru memilih untuk meninggalkan, oleh sebab itu dalam mengukur tingkat keberhasilan suatu pelayanan dapat dibangun pertanyaan apakah kepuasan pelanggan tercapai apa bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwa bukti fisik Sentral Yamaha Palu dapat dilihat dari gedung yang digunakan cukup nyaman. Di dalam gedung dilengkapi pendingin ruangan. Sentral Yamaha Palu juga menyediakan beberapa fasilitas seperti toilet yang memiliki perlengkapan yang cukup seperti tisu dan sabun. Disamping itu Sentral Yamaha Palu menyediakan area parkir yang kurang luas sehingga konsumen kurang merasakan kenyamanan.

Dari segi kehandalan Sentral Yamaha Palu memberikan layanan dengan akurat dan terpercaya sesuai dengan harapan konsumen/ pelanggan, serta layanan yang sama bagi semua konsumen/ pelanggan dan tanpa kesalahan. Karyawan berusaha membangun komunikasi yang baik dengan konsumen sehingga tercipta hubungan baik.

Daya tanggap Sentral Yamaha Palu seperti memberikan layanan yang tepat dan cepat (responsif) kepada para konsumen pelanggan sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan bagi para konsumen/ pelanggan. Karyawan berusaha

tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen. Dengan adanya daya tanggap dari karyawan maka konsumen merasa diperhatikan. Konsumen merasa Sentral Yamaha Palu tidak memberikan jaminan kepastian penyelesaian STNK dan BPKB tepat waktu. Walaupun keterlambatan disebabkan dari pihak yang mengeluarkan surat-surat tersebut yaitu Samsat, namun konsumen mengharapkan adanya konfirmasi dari pihak dealer tentang keterlambatan tersebut.

Empati yang dimiliki karyawan Sentral Yamaha Palu seperti perhatian karyawan menangani konsumen, kesopanan karyawan/karyawati, kesungguhan karyawan dalam menangani keluhan konsumen dan kecepatan karyawan/karyawati dalam melayani konsumen.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Miles dan Huberman (1992) mengatakan bahwa data kualitatif sangat menarik, data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat, dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Sedangkan penelitian deskriptif sendiri merupakan suatu metode pemecahan masalah yang diteliti dengan memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai keadaan objek penelitian terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek yang diteliti.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain : 1).

Observasi; 2). Wawancara, dan; 3). Dokumentasi.

PEMBAHASAN

Penjualan sepeda motor oleh konsumen melalui sales, bisa secara cash maupun kredit. Kemudian sales pun membuka Surat Pemesanan Kendaraan (SPK) dan memiliki aplikasi atau data-data konsumen. Aplikasi dan permintaan konsumen diterima oleh pihak leasing dalam melakukan pembelian motor. Kemudian pengiriman unit sepeda motor ke rumah konsumen. Menaikan faktur yang berisikan 4 lembar untuk STNK dengan warna kertas yang berbeda untuk dealer, dan pihak-pihak lain yang bersangkutan. Data-data tersebut diproses ke samsat untuk pembuatan STNK, plat nomer, dan BPKB.

Dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman dan Zeithaml (1990) tentang lima dimensi kualitas jasa sebagai teori utama penelitian, maka hasil yang terlihat dalam penelitian ini antara lain :

1. *Tangibles*

Dimensi ini berkaitan dengan hal-hal lain yang secara langsung dapat membuktikan tentang seberapa jauh perhatian karyawan dalam penyelenggaraan pelayanan. Dimensi *tangibles* (bukti langsung) dapat dilihat atau diamati dari indikator papan pengumuman yang memadai, jumlah karyawan yang ada mampu melayani pemohon, tersedianya fasilitas pelayanan yang memadai, dan penampilan karyawan yang menarik dalam memberikan pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi mengenai kenyamanan dan kebersihan ruang tunggu pelayanan di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah sangat baik. Hal yang sama juga terlihat dari pernyataan yang dikemukakan oleh informan, yang mengatakan bahwa ruang tunggu CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sangat nyaman, menyediakan

toilet yang bersih, menyediakan tempat bermain anak juga disediakan coffee break. Namun di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu terlihat bahwa lahan parkir yang kurang luas, hal tersebut disebabkan oleh karyawan yang menggunakan lahan parkir yang seharusnya digunakan oleh konsumen.

Secara teoritis dalam menentukan kualitas pelayanan publik sangat dipengaruhi oleh faktor struktur organisasi, kemampuan karyawan dan sistem pelayanan. Ketiga faktor ini berkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan dapat menentukan tinggi rendahnya dan baik buruknya suatu pelayanan. Dalam rangka memberikan pelayanan kepada konsumen salah satu syarat yang harus disediakan karyawan pemerintah adalah tersedianya kualitas pelayanan yang memadai seperti komputer, laptop, toilet dan sarana-sarana penunjang lainnya. Berdasarkan hasil observasi fasilitas kantor cukup memadai. Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa fasilitas pelayanan di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah cukup memadai.

2. Reliability

Reliability / Keandalan merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan dan diharapkan oleh konsumen. Dimensi ini dapat dilihat dari pemberian informasi kepada konsumen, karyawan yang tanggap terhadap keinginan atau kemauan konsumen dan kemudahan prosedur. Indikator dari dimensi *reliability* atas kualitas pelayanan yaitu kemudahan prosedur pelayanan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa prosedur pelayanan yang diberikan cukup mudah, konsumen tinggal menyiapkan berkas, bila berkas telah lengkap tinggal menunggu proses survey dari pihak leasing. Pernyataan informan ini diperkuat dengan observasi yang dilakukan

oleh peneliti, terlihat bahwa prosedur pelayanan yang dilakukan oleh karyawan ada usaha perbaikan yang dilakukan, sehingga berdampak positif bagi konsumen.

3. Responsiveness

Dimensi daya tanggap / *responsiveness* berkaitan dengan tingkat ketanggapan karyawan dalam memahami aspirasi dan kebutuhan pelanggan serta memberikan respon atas aspirasi dan kebutuhan tersebut. Dimensi daya tanggap ini dapat dilihat dari kecepatan karyawan dalam proses pelayanan, kecepatan menyelesaikan keluhan, dan kemampuan karyawan dalam pemberian pelayanan karena setiap konsumen menginginkan adanya proses pelayanan yang cepat dari karyawan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa karyawan CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu cukup tanggap dalam melayani konsumen. Karyawan berusaha semaksimal mungkin untuk menjelaskan unit-unit motor yang ada di dealer. Selain itu, pelayanan yang diberikan sangat cepat, bila ada hambatan atau keterlambatan proses hal itu terjadi karena kelalaian konsumen sendiri. Namun, diketahui bahwa terdapat beberapa karyawan yang kurang peduli dalam melayani konsumen namun hal tersebut terjadi karena konsumen datang pada saat jam istirahat karyawan.

Pelayanan yang berorientasi pada kepentingan konsumen senantiasa memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Secara umum konsumen membutuhkan kecepatan waktu pelayanan agar selesai, setiap permasalahan yang terjadi di konsumen dapat menemukan penyelesaian yang tepat, prinsip-prinsip kebutuhan konsumen seperti ini hanya bisa dijalankan kalau sikap karyawan mau menghargai dan mendahulukan kepentingan konsumen.

4. Assurance

Berkaitan dengan garansi terhadap produk yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan mendapatkan kepastian akan pelayanan yang baik dan bermutu. Dimensi Assurance (Jaminan) dapat dinilai dari sub variabel jaminan akan pelayanan tepat waktu dan pengambilan STNK/BPKB tepat waktu.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen selalu tepat waktu, namun terkait masalah penerbitan STNK dan Plat Kendaraan masih terbilang cukup lambat dan tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati antara pihak CV. Akai Jaya Sentral Yamaha dan Konsumen.

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus mencakup seluruh lapisan konsumen dan mengutamakan kepuasan dalam pelayanan. Namun kadangkala terjadi perselisihan antara konsumen dan karyawan pemberi pelayanan, hal ini sering terjadi karena kurangnya komunikasi antara penerima dan pemberi pelayanan secara berkesinambungan dan terbuka.

5. Emphaty

Berkaitan dengan perhatian yang diberikan kepada pelanggan oleh pelayan, atas pelayanan, atas pelayanan yang didapat dari karyawan kelurahan, sehingga tercipta suasana yang harmonis dan saling pengertian antara pihak yang melayani dengan yang dilayani. Dimensi empati dapat dilihat dari indikator keramahan karyawan dalam proses pelayanan. Untuk dapat memelihara kinerja sehingga terdapat peningkatan kepuasan konsumen terhadap pelayanan konsumen, maka harus mampu mendengar keluhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar karyawan CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu bersikap ramah namun hanya ada beberapa karyawan bersikap kurang

ramah terhadap konsumen yang hendak mendapatkan pelayanan di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dalam pelayanan, ada beberapa hal yang menjadi kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dilihat dari bukti fisik di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah cukup baik namun perlu ada penambahan luas area parkir. Kualitas pelayanan dilihat dari kehandalan di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah maksimal. Kualitas pelayanan dilihat dari daya tanggap di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah baik. Kualitas pelayanan dilihat dari jaminan di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu belum baik. Kualitas pelayanan dilihat dari empati di CV. Akai Jaya Sentral Yamaha Palu sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Miles, M. B & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. UIP. Jakarta.
- [2] Parasuraman, B & Zeithaml. (1990). *Guidelines for Conducting Service Quality Research*. Marketing Research, December 1990, pp 34-44.
- [3] Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. edisi kedua, cetakan ketujuh. Andi Offset. Yogyakarta

Dokumen

- [4] Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- [5] Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen