

Pelaksanaan Pelayanan Prima pada Karyawan di Sport Station Siliwangi Bandung

Lina Parlina¹, Epa Silpia²

Administrasi Bisnis

Politeknik LP3I

E-mail: linaparlina@plb.ac.id, epasilpia17@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pelaksanaan Pelayanan Prima Pada Karyawan Di sport Station Siliwangi Bandung. Metode penelitian ini di paparkan secara deskriptif kualitatif dengan tehnik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi lapangan. Hasil yang diperoleh penelitian ini bahwa Pelaksanaan Pelayanan Prima Pada Karyawan Di Sports Station Siliwangi Bandung sudah berjalan cukup baik.

Kata Kunci : Pelaksanaan, Pelayanan Prima, *Sport Station*.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman yang disertai kemajuan teknologi saat ini mengakibatkan kebutuhan hidup masyarakat baik perorangan maupun perusahaan semakin meningkat, dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat mengakibatkan adanya perpindahan barang di berbagai tempat hal ini terjadi karena adanya perubahan geografis antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Hal tersebut mempengaruhi perkembangan dunia usaha untuk semakin maju serta menimbulkan persaingan yang ketat menjadikan setiap perusahaan harus siap menghadapinya. Perusahaan jasa adalah perusahaan yang menjual jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa produk atau layanan yang didalamnya terdapat proses pelayanan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Oleh karena itu, dalam suatu perusahaan jasa Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi salah satu faktor utama penunjang keberhasilan suatu perusahaan. SDM Sumber daya manusia merupakan aset terpenting perusahaan karena perannya sebagai subyek pelaksana kebijakan dan kegiatan operasional perusahaan. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan seperti modal, metode dan mesin tidak bisa memberikan hasil yang optimum apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimum. Hartatik (2014) menyatakan bahwa pelatihan dan pengembangan sering dilakukan oleh para rekrutmen atau tenaga kerja baru maupun yang sudah lama sebagai upaya peningkatan kinerja karyawan. Untuk mencapai kinerja yang memuaskan diperlukan kemampuan profesional untuk mencapainya harus melalui beberapa tahapan atau kondisi. Pendidikan formal masih belum memadai untuk mencapai kemampuan yang profesional. Untuk itu kemampuan SDM karyawan harus diberdayakan melalui pelatihan, pendidikan dan pengembangan. Manajemen SDM menurut Marwansyah (2010), manajemen sumber daya manusia dapat diartikan sebagai pendayagunaan sumber daya manusia di dalam organisasi, yang dilakukan melalui fungsi-fungsi

perencanaan sumber daya manusia. Sports Station Siliwangi merupakan salah satu cabang toko di Bandung dari perusahaan jasa terkemuka di Indonesia yaitu PT.Mitra Adiperkasa Aktif.Tbk. (MAA *Active*). Perusahaan jasa tersebut bergerak pada penjualan barang-barang yang meliputi bidang olahraga, *fashion*, *departement store*, mainan anak-anak, aksesoris, makanan dan minuman serta banyak produk g lainnya. PT. MAA *Active* sudah memiliki banyak cabang toko di setiap kota hampir di seluruh Indonesia. Perusahaan ini menjadi salah satu tempat bernaungnya merk asing yang ada di Indonesia. Sports Station Siliwangi Bandung adalah salah satu toko olahraga yang menyediakan berbagai macam produk *fashion* olahraga yang memiliki penampilan sangat menarik. Beberapa contoh dari produknya adalah sepatu, pakaian olahraga, tas, kaos kaki, perlengkapan renang dan berbagai perlengkapan olahraga lainnya dengan berbagai merek yang sudah terkenal diantaranya *Converse*, *Diadora*, *Reebok*, dan *Skechers*. Dalam penulis ini membahas mengenai pelayanan prima pada divisi sports nya saja yaitu di Sports Station Siliwangi Bandung. Pelayanan terbaik atau sangat baik merupakan terjemahan dari “*exellent service*” yang biasa dikenal dengan istilah pelayanan prima. disebut demikian karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi layanan. Seorang petugas pelayanan atau karyawan berperan sebagai kontributor yang paling berpengaruh untuk mewujudkan kepuasan terhadap pelanggan. Maka dari itu, seorang karyawan harus mampu memberikan pelayanan prima seperti halnya penguasaan *product knowledge*, penguasaan prosedur kerja, dan memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik.

Pada dasarnya perusahaan akan berusaha secara konsisten untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, baik dari segi karyawan maupun produknya. Karena pelayanan terhadap pelanggan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak menguasai *product knowledge* dan situasi tempat kerja. Contohnya di Sports Station Siliwangi ada seorang staf baru yang belum sepenuhnya memahami situasi toko dan produk yang dijual dengan baik tanpa dibimbing oleh staf lama atau *supervisor* toko pasti akan merasa kesulitan dalam menghadapi pelanggan yang datang hal ini juga membuat proses pelayanan yang dilakukan terhambat karena dia tidak memahami barang apa yang diinginkan dan disaat itu pula dia terlalu lama dalam mencari barang yang diminta oleh pelanggan tersebut sehingga menimbulkan perasaan kecewa yang akhirnya membuat pelanggan komplain terhadap pelayanannya dan bukan hanya staf baru tapi terkadang staf lama pun masih ada yang ceroboh dalam melakukan tugasnya. Seperti adanya sedikit kerusakan pada barang yang diberikan kepada pelanggan sedangkan dari segi harga terhitung mahal dan staf tersebut tidak menyadarinya karena kurang teliti saat memeriksa barang sebelum melakukan transaksi dan kesalahan pemberian barang yang tidak sesuai dengan yang sudah dipilih di *display* toko dengan saat mengambil *stock* barang baru dari dalam gudang karena terburu-buru tanpa diperiksa kembali akan membuat pelanggan merasa tidak dilayani dengan tepat dan maksimal.

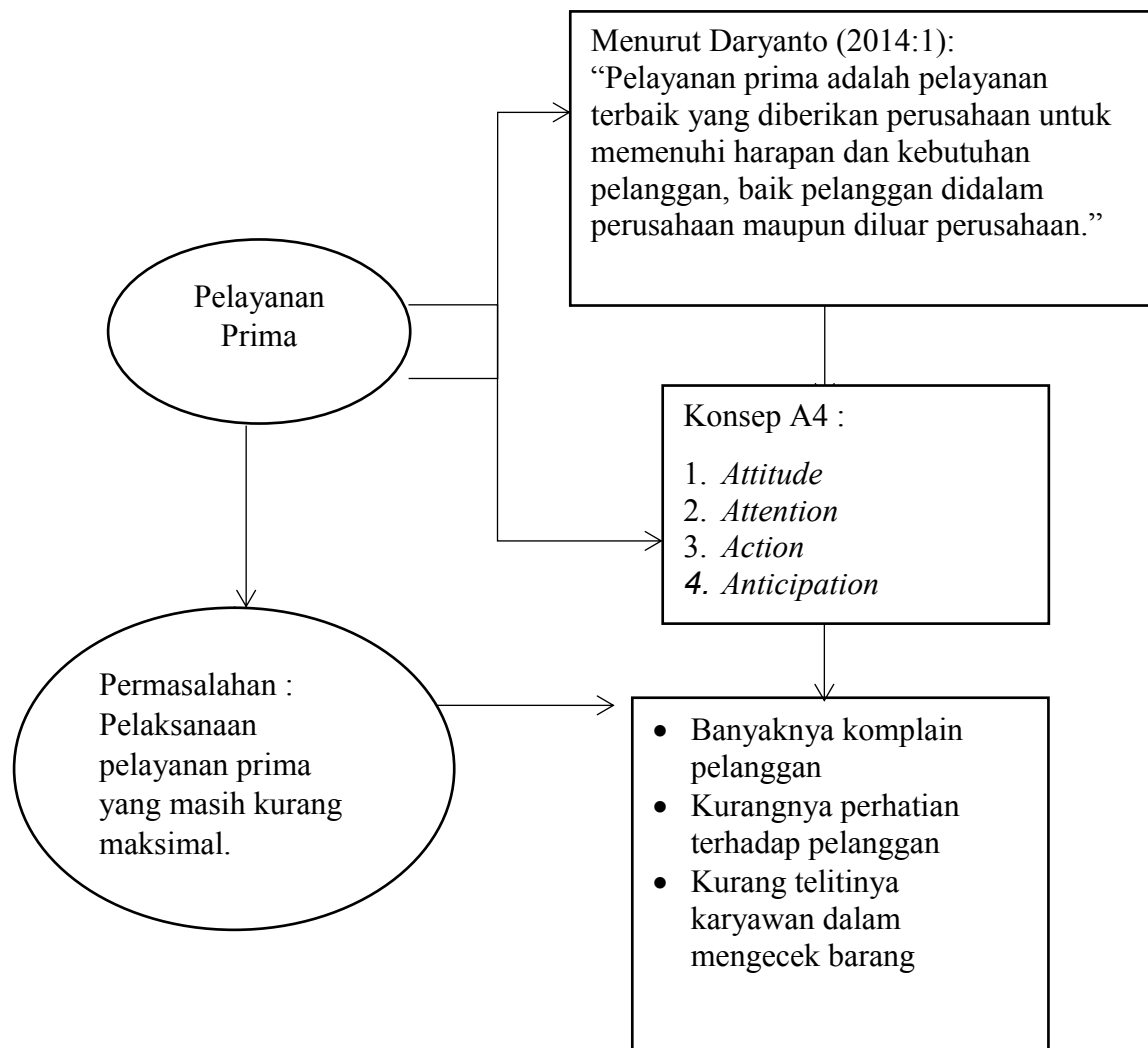
Kurangnya perhatian para staf dan tidak berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan yang masuk sehingga dapat menimbulkan niat yang tidak baik karena merasa tidak dilayani atau diperhatikan dengan mudahnya memanfaatkan kesempatan untuk mengambil barang yang sudah di *display* di toko tanpa sepengetahuan para karyawan yang sedang berjaga hal ini menyebabkan kerugian baik untuk toko maupun para karyawan itu sendiri. pentingnya pelayanan prima di Sports Station Siliwangi Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Lukman (2014:135) “Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk) yang dikutip oleh Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014:107-108) secara etimologis, menyatakan “pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, Norman pun menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut : (a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi. (b) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial. (c) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan. Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang tidak berwujud, kasat mata yang terjadi antara seseorang dan orang lain, melibatkan manusia serta alat-alat yang digunakan penyelenggara pelayanan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Dalam upaya menerapkan pelayanan prima kepada para pelanggan, ada banyak poin yang wajib diperhatikan dan dilaksanakan, menurut Daryanto (2014:117-118) menerangkan satu diantaranya adalah menjalankan konsep A4, yang terdiri dari: (1) *Attitude* Dalam menjalankan konsep pelayanan prima kepada para pelanggan, sikap atau *attitude* merupakan poin yang utama. Sikap yang ramah dan sabar dalam melakukan pelayanan kepada konsumen, baik itu pelanggan kelas atas maupun pelanggan kecil harus diterapkan dengan seimbang. Untuk menciptakan kesan *attitude* yang baik di mata konsumen, maka para pegawai yang berinteraksi langsung dengan konsumen wajib menggunakan bahasa sopan, cekatan dalam menangani keluhan, dan menjadikan pelanggan sebagai seorang raja. (2) *Attention* atau perhatian adalah tindakan untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta fokus dalam menciptakan kepuasan konsumen atensi tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter konsumen yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan pelanggan, serta mampu memberikan nasihat kepada pelanggan jika diperlukan. (3) *Action* Setelah anda memulai pelayanan ke konsumen dengan attitude yang bagus, dan kemudian memperhatikan segala hal yang menjadi keinginan konsumen (*attention*), maka langkah berikutnya adalah segera melakukan tindakan (*action*) guna mewujudkan apa yang diharapkan oleh konsumen. *Action* yang dilakukan hendaknya memenuhi prinsip cepat, tepat, hemat dan selamat. (4) *Anticipation* Sebagai *back up* terakhir dari usaha melakukan pelayanan prima kepada para konsumen adalah menyiapkan solusi dari segala kemungkinan yang terjadi dalam bisnis. Hal tersebut dikenal dengan istilah antisipasi bisnis. Antisipasi yang perlu dipersiapkan dalam pelayanan prima tentu yang menyangkut dengan kepentingan konsumen..Menurut Tjiptono (2016:117), perspektif kualitas diklasifikasikan ke dalam lima kelompok; (a). *Trancendental approach* Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang bisa diketahui atau dirasakan, namun sukar didefinisikan, dirumuskan atau dioperasionalisasikan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dari eksposur berulang kali. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni. (b). *Product based approach* Ancangan ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut objektif yang dapat dikualitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam

kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. (c). *User based approach* Ancangan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya. Sehingga produk yang paling memuaskan preerensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. (d). *Manufacturing based approach* Perspektif ini bersifat lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan. Olehkarena itu Unsur-Unsur Pelayanan Prima Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya telah ada suatu ketetapan tatalaksananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas atas apa yang telah diterimanya. Sehubungan dengan itu pelayanan kepada masyarakat harus mempunyai makna pelayanan yang memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk penyelesaian setiap tugas dalam pemberian pelayanan. Serta memuaskan pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau. Pelayanan prima juga berhubungan erat dengan kualitas pelayanan. Kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk atau jasa, yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang diterapkan sebelumnya.

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah "*Exellent Service*" yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberi pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan. Adapun bagan kerangka berpikir yang menjadi acuan penulis dalam penelitian adalah sebagai berikut:



Sumber: Penulis

METODE PENELITIAN

Dalam pembuatan jurnal ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sebagai cara mendapatkan informasi, studi kepustakaan, wawancara, observasi lapangan sebuah kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara langsung, pada objek lokasi penelitian

PEMBAHASAN

Pelayanan merupakan faktor kunci dalam penyelenggaraan kegiatan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggannya. Sebab tanpa pelaksanaan pelayanan yang baik, maka pelanggan tidak menggunakan jasa atau produk perusahaan sehingga akan menjadi dampak yang buruk dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Peran seorang karyawan sangatlah penting bagi perusahaan, karena tanpa karyawan perusahaan tidak akan berkembang sehingga

perusahaan harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari setiap karyawan tersebut. Pelaksanaan pelayanan prima di Sports Station Siliwangi Bandung mencakup tiga bagian yaitu produk, jasa, dan fasilitas yang menjadi tanggung jawab bagi setiap divisi operasional. Pelayanan produk ditujukan untuk mendapatkan kualitas produk terbaik yang akan diberikan kepada pelanggan. Pelayanan fasilitas ditujukan untuk menyediakan sarana dan prasarana yang dapat memberi kenyamanan pada pelanggan. Pelayanan jasa ditujukan untuk sikap dan perilaku melayani kepada pelanggan dengan berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Tujuan utama dari pelayanan-pelayanan ini adalah untuk mendapatkan kepuasan pelanggan baik dari segi produk, fasilitas maupun jasa. Pada dasarnya seorang staf atau *salles assistent* tidak hanya melakukan pekerjaan yang bersifat administratif, seperti membuat *stock* keluar masuk barang, mendisplay barang sesuai yang diatur oleh perusahaan, atau melakukan segala jenis aktifitas yang hanya berhubungan dengan penjualan. Tapi seorang staf harus memiliki nilai yang positif yaitu memiliki hubungan yang lebih optimal kepada pelanggan. Yang artinya pelanggan tidak hanya dijadikan sebagai konsumen produk-produk yang ditawarkan saja, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Pelayanan sangat penting untuk meningkatkan penjualan, apabila pelayanan itu baik, maka akan menciptakan *image* suatu perusahaan dengan pelaksanaan pelayanan prima yang akan memberi arah bagi karyawan perusahaan dalam menjalankan pekerjaannya, maka karyawan mengetahui ruang lingkup pekerjaannya. Dengan kejelasan ruang lingkup ini, maka *job description* akan jelas. Dengan demikian maka kinerja karyawan perusahaan akan terjaga dengan baik

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan Pelayanan Prima di Sports Stasion Siliwangi Bandung telah berjalan dengan cukup baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Nuraida, Ida. 2014. *Manajemen Administrasi Perkantoran*. Sleman. PT Kanisius.
- Sukarna. 2011. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung. Mandar Maju.
- Sukmadinata. 2011. *Metode Penelitian dan Pendidikan*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Daryanto dan Ismayanto Setyobudi, 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta: Andi.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Nina Rahmayanti, 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Ruko jambur sari no 7a Graha Ilmu.
- Ratminto, 2016. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.