

**PENTINGNYA PELAYANAN PRIMA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA
PT. TRIBUN MANADO**

TUGAS AKHIR

*Tugas Akhir Ini Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Ijazah Diploma III Pada Jurusan Adminidtrasi Bisnis
Politeknik Negeri Manado*

**Oleh
RIMERLIM JACKSON LUMBU
13 051 008**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Berdasarkan pembimbingan dan pemeriksaan yang telah dilakukan maka mahasiswa yang disebut di bawah ini:

Nama : Rimerlim J. Lumbu
NIM : 13 051 008
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Tugas Akhir : **Pentingnya Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tribun Manado**

Dinyatakan siap mengikuti Ujian Tugas Akhir. Sehubungan dengan hal tersebut dapat dibentuk Panitia Seminar dan Tugas Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado

Manado, Agustus 2016

Disetujui,

Pembimbing,

Ketua Panitia
Seminar dan Ujian Tugas Akhir

Grace Rumimper, SH, MH
NIP 19761104 200212 2 002

Mariska Ch. Walean, SE, MSi
NIP. 19740915 200212 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Rimerlim Jackson Lumbu ini telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal Agustus 2016.

Ketua / Penguji 1,

Grace Rumimper, SH, MH
NIP. 19761104 200212 2 002

Penguji 2,

Penguji 3,

Juliet P.T. Makinggung, SE, MH
NIP. 19730722 200212 2 001

Elvie Weku, SE, MSi
NIP. 19560925 198910 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

Willem Gilbert Pomantow, SE, MSi
NIP. 19651119 199003 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rimerlim Jackson Lumbu
NIM : 13 051 008
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis
Program : Diploma III

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tugas Akhir ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Manado, Agustus 2016
Yang membuat pernyataan,

Rimerlim J Lumbu
NIM. 13 051 088

BIOGRAFI

Nama Lengkap : Rimerlim Jackson Lumbu
NIM : 13 051 008
Tempat Tanggal Lahir : Ratahan, 17 Agustus 1995
Agama : Kristen Protestan
Alamat Tempat Tinggal : Towuntu Barat, Jaga I, Kecamatan Pasan.
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 3 LIWUTUNG Tahun 2007
2. SMPN 2 RATAHAN Tahun 2010
3. SMA 2 LIWUTUNG Tahun 2013
Nama Ayah : Zet Lumbu
Nama Ibu : Alwin kawahe
Alamat Tempat Tinggal Orang Tua : Towontu Barat Jaga I kec. Pasan

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Tuhan yang Maha Kuasa, saya panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya, yang telah melimpahkan rahmat dan berkatnya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pentingnya Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tribun Manado.

Dalam menyusun makalah ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat dukungan, dorongan dan semangat dari orang terdekat, sehingga penulis mampu menyelesaikannya.

Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan yang maha kuasa yang telah banyak memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan PKL dan pembuatan laporan.
2. Bapak Ir. Ever N. Slat, MT, selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
3. Bapak Willem G. Pomantow, SE.MSi, selaku selaku ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado
4. Ibu Iyam L. Dua, SE.MSi, selaku Kaprodi yang selalu memberikan nasehat-nasehat dan semangat untuk anak-anak didiknya.
5. Ibu Mariska Ch. Walean, SE.MSi, selaku ketua panitia Tugas Akhir.
6. Ibu Grace Rumimper selaku dosen pemimbing Tugas Akhir saaya.
7. Dosen-dosen Politeknik Negeri Manado khusus Jurusan Administrasi.
8. Kepada PT. Tribun Manado yang telah memberikan tempat.
9. Seluruh staf karyawan PT. Tribun Manado yang memberikan kesan dan pesan.

10. Orang tua yang telah memberikan doa dan semangat selama penulisan laporan PKL ini.
11. Keluarga besar yang turut mendoakan dan membantuk menyelesaikan laporan saya.
12. Teman-teman penulis yang telah membantu selama penulisan laporan PKL ini.
13. Untuk sahabat-sahabat saya yang banyak mendoakan dan membantu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Praktek Kerja Lapangan ini belum sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun, sangat diharapkan oleh penulis demi kesempurnaan tugas ini.

Harapan dari penulis semoga Laporan Praktek Kerja Lapangan dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya mahasiswa.

Manado, Agustus 2016

Penulis

Daftar Isi

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
BIOGRAFI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Definisi pelayanan prima	5
2.2 Manfaat pelayanan prima	10
2.3 Dimensi pelayanan prima	10
2.4 Pelaksanaan pelayanan prima	13
2.5 Kepuasan konsumen	15
2.5.1 Pengertian kepuasan	16
2.5.2 Pengertian konsumen	17

BAB III GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah perusahaan	20
3.2 Struktur organisasi	22
3.3 Visi dan Misi	23
3.3.1 Visi	23
3.3.2 Misi	23
3.4 Aktifitas Perusahaan	23
3.4.1 Divisi bisnis	23
3.4.2 Divisi redaksi	24

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Pelayanan prima pada PT.Tribun.....	25
4.2 Kepuasan konsumen terhadap pelayanan prima	29

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran	31

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

(Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat untuk memenangkan

persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada sebuah kepuasan para pelanggan disatu sisi dan kemampuan menghasilkan laba disisi lainnya. Tidak mungkin perusahaan mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya. Kedua hal tersebut harus dicapai secara stimulan dan ini disadari oleh manajemen setiap perusahaan.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memuaskan konsumen dalam pelayanan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar konsumen merasa puas dan selanjutnya untuk datang kembali. Upaya memberikan pelayanan prima adalah melayani pelanggan dengan baik, memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan, bangun hubungan kerja sama dengan baik agar pelanggan percaya dan terus bekerja sama.

Selama penulis melakukan praktek kerja lapangan (PKL) di PT. Tribun Manado, penulis menemukan masalah bahwa ada pelanggan yang belum puas dengan pelayanan prima dikantor khususnya dibagian sirkulasi, karyawan yang kurang memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan merasa belum puas dengan pelayanan yang ada dikantor. Hal yang harus diperhatikan penulis untuk kepuasan pelanggan/konsumen salah satunya, pelayanan yang baik, memuaskan harapan konsumen dan keinginan konsumen terpenuhi. Sehingga konsumen merasa puas dan terus bekerja sama dengan perusahaan. Untuk itu dalam kondisi persaingan yang ketat, hal

utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen terhadap pelayanan prima.

Untuk itu penulis mengangkat judul tugas akhir yaitu **“Pentingnya Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tribun Manado”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah yaitu **“Bagaimana Pentingnya Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Tribun Manado?”**.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam tugas akhir ini penulis membatasi masalah pelayanan prima terhadap konsumen pada bagian sirkulasi di PT. Tribun Manado

1.4 Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima kepada konsumen pada PT. Tribun Manado
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan prima bagian sirkulasi.

1.5 Manfaat

1. Dapat mengetahui pelayanan prima kepada konsumen dan pengetahuan bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja nanti.

2. Dapat mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan bagi perusahaan sebagai bahan masuknya dalam menunjang kebutuhan yang ada guna menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Pelayanan Prima

Ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli. Untuk lebih memahami pengertian pelayanan prima secara luas, maka dibawah ini akan dijelaskan beberapa definisi pelayanan prima.

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu pertama melayani, pengertian melayani adalah membantu menyiapkan yang diperlukan seseorang contohnya melayani pelanggan dengan menanyakan keinginan/kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan. Yang kedua Pelayanan, menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain contohnya karyawan mencari cara untuk memenuhi keinginan/kebutuhan dari pelanggan.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (*customer* yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, Normann (1991:14) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut :

1. Pelayanan bersifat tidak diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi. Misalnya terjadi akibat interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial. Yaitu tindakan nyata seorang karyawan dalam melayani konsumen contohnya menjadi pendengar yang baik, luangkan waktu untuk mengetahui kebutuhan konsumen dengan bertanya dan fokus terhadap apa yang dikatakan konsumen.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.
4. Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar pemberian pelayanan terbaik. Menurut Sutopo dan Suryanto, (2003:9) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan oleh pemberi layanan dengan harapan yang diberi layanan menjadi puas dan tidak kecewa terhadap pelayanan yang diberikan.

Agenda perilaku pelayanan sektor publik (SESPANAS LAN dalam Nurhasyim, 2004:16) menyatakan bahwa pelayanan prima adalah :

1. Pelayanan yang terbaik dari pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa
2. Pelayanan prima ada bila ada standar pelayanan.
3. Pelayanan prima bila melebihi standar atau sama dengan standar.

Sedangkan yang belum ada standar pelayanan yang terbaik dapat

diberikan pelayanan yang mendekati apa yang dianggap pelayanan standard dan pelayanan yang dilakukan secara maksimal.

4. Pelanggan adalah masyarakat dalam arti luas; masyarakat eksternal dan internal.

Sejalan dengan hal itu pelayanan prima juga diharapkan dapat memotivasi pemberi layanan lain melakukan tugasnya dengan kompeten dan rajin.

Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat atau *customer*, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan – persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi. Pelayanan prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan atau masyarakat memerlukan persyaratan bahwa setiap pemberi layanan yang memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dalam setiap pekerjaan.

Menurut Sutopo dan Adi Suryanto (2003:10) mendefinisikan pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*Excellent Service*” yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima,

manakala dapat memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Suyetty. dan Gita Kurniawan (2005:49) pelayanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan. Dalam teori pelayanan publik, pelayanan prima dapat diwujudkan jika ada standar pelayanan minimal (SPM). SPM adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari penyelenggara Negara kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Menurut *Vincent Gespersz* (Sutopo dan Adi Suryanto, 1997:21) menyatakan bahwa kualitas pelayanan meliputi dimensi-dimensi sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
2. Kualitas pelayanan berkaitan dengan akuravsi atau ketepatan pelayanan.
3. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
4. Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
5. Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
6. Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi ruangan tempat

pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk atau panduan lainnya.

7. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, alat komunikasi, dan lain – lain.

Pelayanan prima (*service excellent*) adalah pemberian pelayanan barang atau jasa dengan baik kepada konsumen atau pelanggan. Pelayanan prima biasanya berhubungan dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa diperhatikan dengan baik. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal memiliki visi jauh ke depan, dan dapat mengembangkan strategi serta kiat pelayanan yang memiliki keunggulan. Jadi dalam pelayanan prima terdapat dua unsur yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Kedua unsur tersebut perlu diperhatikan oleh pegawai. Konsep pelayanan prima perlu diterapkan pada berbagai kegiatan, seperti organisasi, instansi pemerintah, atau perusahaan bisnis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah suatu bentuk pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan.

Standar pelayanan adalah prosedur pelayanan merupakan salah satu dari standar pelayanan minimal. Prosedur pelayanan harus dibekukan bagi pemberi dan penerima pelayanan, termaksud pengaduan sehingga tidak terjadi permasalahan dikemudian hari, sehingga pihak penerima pelayanan

dapat memahami mekanismenya dan waktu penyelesaian merupakan salah satu dari standar pelayanan. Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan. Semakin cepat waktu penyelesaian maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat akan pelayanan yang diberikan.

2.2 Manfaat pelayanan prima

Menurut (Gonroos dalam Sutopo dan Suryanto, 2003 : 13) mengemukakan manfaat pelayanan prima sebagai berikut:

1. Meningkatkan hubungan klien dan pelayanan publik.
2. Mempromosikan inovasi dan kreativitas dalam memberikan pelayanan.
3. Menghargai karyawan yang memberikan pelayanan prima.
4. Tingkat kepercayaan dalam pelayanan publik lebih tinggi.
5. Pelayanan prima yang diberikan dapat selalu dikenang atau dipikirkan oleh para pelanggan

2.3 Dimensi Pelayanan Prima

Pelayanan prima dikembangkan berdasarkan 6A (Atep Adya Barata, 2003:31), yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan prima berdasarkan konsep (*attitude*) meliputi prinsip yaitu:
 - a. Melayani pelanggan dengan berpikiran positif, sehat dan logis
Contohnya adalah sebagai berikut:
 1. Santay dan sopan serta menempatkan pelanggan semudah mungkin.

2. Diplomatis dan sensitive terhadap perasaan pelanggan.
 3. Membuat pelanggan merasa diistimewakan, contohnya dengan menggunakan pertanyaan dan mencatat jawabannya.
 4. Menunjukkan perhatian yang wajar dan tidak dibuat-buat.
 5. Menawarkan bantuan tanpa menunggu diminta.
- b. Melayani pelanggan dengan sikap menghargai

Contohnya adalah sebagai berikut :

1. Jangan membeda-bedakan pelanggan.
 2. Menghargai pelanggan, harus bersikap sopan santun dan ramah tamah.
 3. Menggunakan tutur bahasa yang baik disertai dengan senyuman.
 4. Ushakan kebutuhan pelanggan untuk dipenuhi.
- c. Melayani pelanggan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi.

Contohnya adalah sebagai berikut :

Waiter

1. Rambut dipotong tidak menutupi telinga.
2. Kuku tidak panjang atau hitam.
3. Tidak merokok ketika melayani pelanggan.
4. Badan tanpak selalu bersih atau tidak dekil.

2. Pelayanan prima berdasarkan perhatian (*attention*) meliputi tiga prinsip, yaitu :
 - a. Mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan.
 - b. Mengamati dan menghargai perilaku pelanggan.
 - c. Mencerahkan perhatian penuh kepada para pelanggan.
3. Pelayanan prima terhadap tindakan (*action*) meliputi lima prinsip, yaitu:
 - a. Mencatat setiap pesanan para pelanggan.
 - b. Mencatat kebutuhan para pelanggan.
 - c. Menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan
 - d. Mewujudkan kebutuhan para pelanggan
 - e. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.
4. Pelayanan prima terhadap kemampuan (*Ability*) meliputi kemampuan kerja yang ditekuni yang dibutuhkan untuk menunjang program pelayanan prima, seperti:
 - a. Melaksanakan komunikasi yang efektif.
 - b. Mengembangkan Motivasi
 - c. Menggunakan humas sebagai alat untuk membina hubungan ke dalam dan luar organisasi.

5. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan fisik ataupun non fisik yang merefleksikan kreadibilitas kepada pelanggan.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

2.4 Pelaksanaan Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan. Menurut Komar (2008:28) cara melayani pelanggan, tamu, maupun *customer* adalah sebagai berikut :

1. Berpenampilan yang rapi dan serasi

Dalam memberikan pelayanan prima, sebagai seorang *customer service*, SPG, atau resepsionis, seseorang memerlukan beberapa persyaratan, seperti wajah harus menawan, badan harus tegap, tidak cacat, memiliki tutur bahasa menarik, *familiar* dalam perilaku, penampilan penuh rasa percaya diri, dan berbusana yang menarik.

2. Melayani dengan tepat waktu dan tidak mengabaikan

Dalam mengutamakan kualitas pelayanan prima, petugas pelayanan harus tepat waktu dan tidak mengabaikan tamu maupun pelanggan.

3. Memiliki pengetahuan yang luas

Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Dalam hal ini petugas harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang

disyaratkan dalam jabatannya. Selain itu, memiliki pengalaman yang luas di bidangnya.

4. Bersikap sopan dan ramah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan umumnya memiliki tingkat status ekonomi dan sosial yang berbeda. Hal ini tentu mempengaruhi karakter mereka. Untuk itu, petugas pelayanan dituntut memiliki keramahan dalam melayani pelanggan atau tamu. Petugas pelayanan harus dapat bersikap sabar, tidak egois, dan sopan santun kepada mereka.

5. Kejujuran dan kepercayaan

Pelayanan prima oleh pengguna jasa dapat dipergunakan dalam berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran.

Menurut Atep Adya Barata (2003:266) cara melayani pelanggan atau *customer* dengan baik diantaranya :

1. Mempersiapkan diri untuk mempunyai pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidang pekerjaan yang dihadapi agar mampu melayani pelanggan.
2. Menunjukkan diri sebagai pribadi yang terbuka, ramah, dan sopan.
3. Mengupayakan untuk mampu menyesuaikan diri dengan kebiasaan atau keinginan pelanggan atau *customer* sampai batas – batas tertentu yang dianggap logis dan legal.
4. Mengupayakan untuk mengetahui nama pelanggan, agar dapat

menyapa pelanggan dengan namanya sehingga mudah untuk membina keakraban dengan pelanggan.

5. Menunjukkan sikap sabar dalam menghadapi berbagai tipe dan karakter pelanggan.
6. Memfasilitasi untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan sebaik – baiknya, dan menyatakan terus terang apabila tidak mampu mewujudkan keinginannya.
7. Menampung semua saran dan kritik dari pelanggan sebagai masukan yang konstruktif. Sampaikan terima kasih kepada pelanggan. Sekalipun saran dan kritik itu disampaikan pelanggan dalam kemarahan.
8. Mengupayakan untuk menghindari konflik dengan pelanggan, sampaikan kata maaf kepada pelanggan yang sedang kecewa atau marah. Mengupayakan untuk memberikan tanggapan atau jawaban yang jujur kepada pelanggan, sesuai dengan pengetahuan pemberi layanan.

1.5 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen/pelanggan setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Umar, (2005:65). Seorang konsumen/pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh perusahaan tentang produk atau jasa, sangat besar kemungkinanan akan menjadi pelanggan yang sangat lama.

1.5.1 Pengertian Kepuasan

Menurut Oliver (dalam Supranto 2001). Mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan bertahan lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Menurut Kotler (1995). Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai produk atau jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu (Tjiptono, 1997).

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah rasa perasaan senang, puas individu Karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang

diberikan terpenuhi.

2.5.2 Pengertian Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Menurut pengertian pasal 1 angka 2 UU PK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sedangkan dalam bagian penjelasan disebutkan, didalam kepustakaan ekonomi dikenal dengan konsumen akhir dan konsumen antar. Konsumen adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

a. Ciri-ciri konsumen

1. Personal konsumen

Konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk pgunanya sendiri.

2. Organizational konsumen

Konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi.

Pengertian konsumen menurut Kotler (2000). Dalam bukunya *Principles of marketing* adalah semua individu yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Pengertian konsumen dalam pasal 1 angka (2) UUPK mengandung unsure-unsur sebagai berikut:

1. Konsumen adalah setiap orang

Maksudnya adalah orang-orang perorangan dan termasuk juga badan badan hukum atau non badan hukum.

2. Konsumen sebagai pemakai

Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen hendak menegaskan bahwa UUPK menggunakan kata “pemakai” untuk pengertian konsumen sebagai konsumen akhir. Hal ini disebabkan karena pengertian pemakai lebih luas, yaitu semua orang mengkonsumsi barang/jasa untuk diri sendiri.

3. Barang dan Jasa

Barang yaitu segala macam benda berdasarkan sifatnya untuk diperdagangkan dan dipergunakan oleh konsumen. Jasa yaitu layanan berupa pekerjaan atau prestasi yang tersedia untuk digunakan oleh konsumen.

4. Barang/jasa digunakan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain atau makhluk hidup lain. Dalam hal ini tampaknya ada teori kepentingan pribadi terhadap pemakai suatu barang/jasa.

5. Barang/jasa tersebut tersedia dalam masyarakat barang/jasa yang akan diperdagangkan telah tersedia di pasaran, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk dikonsumsi/dipakainya.
6. Barang dan jasa tidak untuk diperdagangkan
Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dipertegas yaitu hanya konsumen akhir, sehingga maksud dari pengertian ini adalah konsumen tidak diperdagangkan barang/jasa yang telah diperolehnya. Namun tidak untuk dikonsumsinya.

