

STRATEGI PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI GALERY JAM TANGAN BANDAR LAMPUNG

Vina Putri Agustiyani

STEBI Tanggamus Lampung

*vinaputri485@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the service strategy for sales volume in the Watch Gallery, Enggal Bandar Lampung District. This research is motivated by every company wanting success in running its business. The high level of competition that occurs in running a watch business aims to meet consumers' fashion needs. This type of research is qualitative. The research method used in this article is a literature study method, qualitative. The literature method is a method that involves reading and synthesizing findings from journal articles, books, and other relevant sources. Qualitative methods are research procedures that produce descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior. In this study, the researcher concluded that the contribution of service quality (punctuality, politeness, consistency, comfort and thoroughness) to sales volume at the Bandar Lampung Watch Gallery. While the rest is influenced by responsiveness, reliability and certainty.

Keywords: Service quality; sales volume, watch gallery

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan terhadap volume penjualan di Galery Jam Tangan Kecamatan Enggal Bandar Lampung. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh setiap perusahaan menginginkan suatu keberhasilan dalam menjalankan usahannya. Tingginya persaingan yang terjadi dalam menjalankan bisnis jam tangan yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan fashion konsumen. Jenis penelitian ini adalah jenis kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode studi literature, kualitatif. Metode literature adalah metode yang melibatkan membaca dan mensintesis temuan dari artikel jurnal, buku, dan sumber-sumber lainnya yang relevan. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh kualitas pelayanan (ketetapan waktu, sopan, konsistensi, kenyamanan dan ketuntasan) terhadap volume penjualan di Galery Jam Tangan Bandar Lampung. Sementara sisanya dipengaruhi oleh daya tanggap, kehandalan dan kepastian.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan; volume Penjualan, galeri jam tangan

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis atau usaha saat ini semakin meningkat, perkembangan dunia bisnis semakin meningkat sehingga para pesaing harus mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan usaha lain. Banyaknya perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama membuat perusahaan harus mampu mempunyai strategi yang tepat salah satunya yaitu untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan terhadap para pelanggan. Pada dasarnya, setiap perusahaan menginginkan suatu keberhasilan dalam menjalankan usahannya. Salah satu indikator suksesnya suatu usaha adalah kepuasan pelanggan. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan di Galery Jam Tangan sebagai salah satu toko jam tangan terbesar di Kota Bandar Lampung. Pada wawancara awal ditemukan pelanggan tetap yang membeli produk lebih dari satu kali di Galery Jam Tangan Bandar Lampung yang menyampaikan keluhan yaitu karyawan Galery Jam Tangan tidak melayani pelanggan dengan baik, dan kurangnya penjelasan mengenai produk kepada pelanggan saat melakukan transaksi jual beli, adanya keluhan barang yang sampai ditangan konsumen tidak sesuai dengan gambar atau barang yang dijual toko tersebut.

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan perekonomian yang terus berkembang dengan pesat. Perkembangan ini membawa perubahan pada sosial ekonomi sehingga menjadi tantangan pada dunia bisnis untuk bersaing dalam memenuhi pasar. Para pelaku usaha dalam berbagai jenis kategori bisnis harus memahami setiap perubahan yang terjadi agar dapat memenuhi kepuasan konsumen sebagai tujuan utama

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, para pelaku usaha dituntut mampu bersaing, baik untuk usaha yang sejenis ataupun tidak sejenis. Pelaku usaha diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sesuai dengan kebutuhan seiring berkembangnya zaman. Selain itu, para pelaku usaha harus mampu memenuhi tuntutan konsumen terkait pelayanan yang lebih berkualitas. Satu hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha yaitu pelayanan yang diberikan oleh usaha tersebut kepada konsumen. Proses jual beli dalam usaha tidak akan terjadi jika tidak ada konsumen pada usaha tersebut (Sasangka & Rusmayadi, 2018).

Dalam persaingan yang makin ketat ini, banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk merebut hati dan minat para konsumen, dengan memenuhi segala permintaan kebutuhan masyarakat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat baik perusahaan yang sejenis maupun yang berbeda sama sekali. Maka pelayanan kepada konsumen menjadi sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa konsumen, maka tidak akan Sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat terus bertahan perusahaan dituntut untuk melakukan strategi bauran pemasaran dengan baik. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mampu memasarkan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Meningkatnya volume penjualan dapat dicapai jika strategi bauran pemasaran diterapkan dalam perusahaan dengan tepat. Pelayanan merupakan sebuah perjanjian yang tersirat antara penyedia pelayanan pelanggan dan penerima jasa untuk saling menukar suatu nilai dengan nilai yang lain (Agusri, 2020). Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan masyarakat. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dianggap penting bagi konsumen dalam menggunakan layanan jasa. Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan/pengguna. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan konsumen, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari konsumen. Sehingga kualitas pelayanan itu menjadi suatu tindakan atau kegiatan untuk mengukur seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen.

Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai (Rangkuti, 2019). Penjualan juga memegang peran penting agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Volume penjualan menjadi tujuan utama perusahaan, oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Jika volume penjualan pada suatu perusahaan dapat ditingkatkan, itu artinya laba dalam perusahaan tersebut juga akan meningkat. Volume penjualan dapat meningkat apabila pelayanan terhadap konsumen

dilakukan dengan baik. Pada umumnya pelayanan dilakukan oleh para penjual melalui karyawan atau pemilik usaha langsung. Dalam persaingan antar Usaha Dagang yang semakin tajam, kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Konsumen akan semakin giat membeli barang dagangan yang ditawarkan apabila pelayanan terhadapnya dilakukan dengan baik, oleh karena itu setiap pelaku usaha berupaya melakukan pelayanan yang berkualitas.

Dalam penelitian ini, penulis memilih objek pada Galery Jam Tangan yang berada di jalan Ahnad Yani No 70 B, Enggal Bandar Lampung. Usaha dagang ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan Jam Tangan. Ketatnya persaingan di masa sekarang membuat Galery Jam Tangan harus memikirkan strategi yang bagus guna menarik bahkan mempertahankan konsumennya. Secara umum saluran distribusi yang semakin luas akan menimbulkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luasnya saluran distribusi maka produk perusahaan akan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan mendorong naiknya angka penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil observasi awal penulis, bahwa fenomena yang terjadi dilapangan bahwa Galery jam tangan tetap menjalankan usaha dagang sebagaimana biasanya kegiatan usaha dagang lainnya. Adapun keluhan dari konsumen berupa kenyamanan konsumen dalam segi fasilitas dalam hal tempat duduk/kursi dan tempat parkir yang kurang memadai atau luas. Masih ada konsumen yang kurang nyaman atas pelayanan karyawan akibat karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen, karyawan tidak mampu memberi perhatian secara personal pada konsumen yang datang sehingga volume penjualan menurun, karena terbatasnya ketersediaan produk yang di jual oleh Galery Jam Tangan, harga jual produk yang memiliki perbedaan ditempat usaha lain.

Volume penjualan adalah salah satu komponen yang memberikan pengaruh terhadap pencapaian suatu usaha, maka dari itu para pelaku usaha harus berusaha untuk menjaga volume penjualan agar tetap menguntungkan. Pada dasarnya tujuan dalam bisnis melakukan penjualan yaitu mencapai target volume penjualan (Fawzi et al., 2022). Semakin meningkat volume penjualan maka keuntungan yang diperoleh semakin meningkat, sehingga salah satu sektor bisnis yaitu jam tangan akan mampu bertahan dan lebih maju saat menghadapi faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah (Hery et al., 2019).

Peningkatan volume penjualan dapat terjadi karena jumlah produk atau jasa yang telah habis terjual pada saat transaksi jual beli. Semakin meningkat jumlah produk yang terjual, maka akan semakin meningkat keuntungan yang di dapatkan (Effendy, 2019). Volume penjualan dapat diukur dengan tercapainya target penjualan yang dilihat dari total produk yang terjual, serta peningkatan jumlah keuntungan yang terjadi sejak terjadinya transaksi jual beli (Nasution et al., 2017). Maka dari itu, volume penjualan satu hal penting yang patut diperhatikan untuk menghindari kerugian. Volume penjualan yang mengalami peningkatan tentu menjadi tujuan dalam usaha bisnis agar mendapatkan keuntungan (Cucu Sumartini & Fajriany Ardining Tias, 2019).

Selain kualitas pelayanan, harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat untuk menggunakan produk barang yang nilainya sudah ditetapkan oleh suatu perusahaan. Harga tentu sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan karena merupakan kunci kesuksesan terhadap suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu memeriksa atau memonitor harga yang ditetapkan oleh perusahaan pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi ataupun sebaliknya. Harga adalah jumlah yang ditagihkan kepada pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk/jasa (Maulana et al., 2021). Harga juga dijadikan sebagai petunjuk ekstrinsik dan indikator kualitas/manfaat suatu produk yang ditawarkan (Simanihuruk, 2016). Karena itu, sangat penting untuk memberitahukan kepada pelanggan mengenai harga dalam bentuk promosi. Promosi juga sangat penting dalam

memperkenalkan produk dari suatu perusahaan tersebut guna untuk meningkatkan daya tarik terhadap konsumen, dengan dilakukannya promosi, diharapkan produk tersebut akan memikat para konsumen untuk membelinya. Promosi juga berupa obrolan yang didengar dari teman atau keluarga tentang suatu produk, iklan dari media cetak, dari papan billboard dijalanan atau dari papan reklame, dari radio ataupun televisi. Promosi juga dapat berupa diskon harga, bonus pembelian, kemasan praktis dan menarik. Promosi adalah elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali kepada pelanggan akan merek dan produk perusahaan.

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode studi literature, kualitatif. Metode literature adalah metode yang melibatkan membaca dan mensintesis temuan dari artikel jurnal, buku, dan sumber-sumber lainnya yang relevan. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Galery Jam Tangan merupakan salah satu toko jam tangan terbesar di Bandar Lampung. Selain menjual jam tangan Toko ini juga bisa melayani service perbaikan pada jam tangan seperti penggantian baterai jam, kaca jam yang pecah, jarum jam yang lepas dan lain sebagainya. Ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh toko Galery jam Tangan

Adapun beberapa tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Galery jam Tangan:

1. Keterbatasan sumber daya manusia dalam melayani konsumen.
2. keterbatasan lahan parkir.
3. keterbatasan tempat duduk.
4. stok barang yang tidak pasti
5. Tingginya beban kerja di Galery Jam Tangan yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan kualitas pelayanan di Galery Jam Tangan, beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain:

1. Melakukan pelatihan dan pengembangan SDM agar karyawan memiliki kompetensi yang memadai.
2. Memperluas lahan parkir.
3. memperbanyak jumlah tempat duduk untuk konsumen.
4. memastikan stok barang di offline dengan di online agar konsumen tidak kecewa.
5. memberikan reward terhadap karyawan agar karyawan semangat dalam bekerja

Strategi Pengembangan Layanan Pelayanan di Galery jam Tangan

1. Peningkatan Sarana dan Prasarana Galery jam Tangan perlu diperbarui dengan sarana dan prasarana yang memadai, seperti lahan parkir dan tempat duduk konsumen.
2. Peningkatan Sumber Daya Manusia Pelatihan dan pengembangan SDM bagi karyawan perlu ditingkatkan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.
3. Penggunaan Teknologi Informasi Implementasi sistem informasi seperti website
4. Peningkatan Kemitraan dengan Pihak Eksternal Kerjasama dengan Perusahaan lain, dan pihak terkait lainnya dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan.
5. Peningkatan Promosi yang aktif dan terencana dapat meningkatkan volume penjualan

Peningkatan Kepuasan Pelanggan strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Galery Jam Tangan, beberapa langkah yang mungkin dapat diterapkan di Galery Jam Tangan termasuk:

1. Memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, termasuk kecepatan layanan, kejelasan informasi dan keramahan karyawan
2. Meningkatkan komunikasi antara pelanggan dan karyawan Galery Jam Tangan untuk memahami kebutuhan serta masukan pelanggan dengan lebih baik.

3. Menggelar program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan interpersonal dan empati karyawan dalam menangani konsumen.

4. Memperbaiki proses pelayanan, pemanggilan antrian, dan penanganan service jam tangan.

Dengan menggabungkan prinsip-prinsip kualitas pelayanan, komunikasi yang baik, pengembangan karyawan, dan pembaruan proses operasional, Galery Jam Tangan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dan berkelanjutan.

D. SIMPULAN

Dengan menggunakan strategi pelayanan yaitu strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah diterapkan perusahaan. Standar pelayanan diterapkan sesuai keinginan dan harapan pelanggan sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Strategi pelayanan harus pula dirumuskan dan diimplementasikan seefektif mungkin sehingga mampu membuat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tampil beda dengan pesaingnya, perusahaan harus fokus kepada kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mampu membuat pelanggan melakukan pembelian ulang bahkan meraih pelanggan baru.

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, termasuk kecepatan layanan, kejelasan informasi dan keramahan karyawan

2. Meningkatkan komunikasi antara pelanggan dan karyawan Galery Jam Tangan untuk memahami kebutuhan serta masukan pelanggan dengan lebih baik.

3. Peningkatan Sarana dan Prasarana Galery jam Tangan perlu diperbarui dengan sarana dan prasarana yang memadai, seperti lahan parkir dan tempat duduk konsumen.

4. Memperbaiki proses pelayanan, pemanggilan antrian, dan penanganan service jam tangan. Dengan menggabungkan prinsip-prinsip kualitas pelayanan, komunikasi yang baik, pengembangan karyawan, dan pembaruan proses operasional, Galery Jam Tangan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dan berkelanjutan

E. DAFTAR PUSTAKA

Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83–101.

Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Rajawali Pers.

Agusri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No

Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>.

Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible Bisnis, Kewirausahaan Dan Koperasi*, 1(1), 79–95.

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2014). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw-Hill Education.

Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. In Pascal Books.

Hery, Goh, T. S., & Margery, E. (2019). Pengaruh Personal Selling Dan Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan PT. Infiniti Internasional Logistic Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(2), 54–69.

- Indrasari, M. (2019). Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Cetakan I. Surabaya: Unitomo Pres.
- Johnson, L., & Lee, C. (2020). "The Impact of Communication on Patient Satisfaction in Healthcare Settings." *International Journal of Health Communication*, 15(3), 112-126.
- Johnson, M., & Lee, J. (2020). Health Communication Research Institute.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, A., Arjun, N. R., Akbar, F., Suryanti, N. A., & Firmansyah, H. (2021). Peran E-Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 55-61.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan (Analysis of the effect of marketing mix to sales volume). *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1-11. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Pertiwi, D. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa Pariwisata. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Smith, J., & Brown, A. (2021). "Enhancing Customer Satisfaction in Healthcare Institutions: Strategies and Best Practices." *Journal of Healthcare Management*, 25(2), 45-58.
- Simanihuruk, P. (2016). Effect of Perception of Quality, Price, Its Reputation and Customer Satisfaction on Purchase Decision Aviation Services (Case Study: Customer Services Flights PT. Lion Air). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 13-32.
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, F. (2019). Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus. Bogor: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sasangka, I., & Rusmayadi, R. (2018). The Effect of Service Quality on Sales Volume at Mini Market Minamart'90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 129-154. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v2i1.53>
- Sutopo, A. (2012). Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pendidikan . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zeithaml, V. (2010). Service Marketing. Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc
- Zaid. (2021). Ekuitas Merek Dan Advokasi Pelanggan. Lamongan: Academia.