**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA KURSUS MENGEMUDI PADA PT EKA JAYA BERRINDO DI KABUPATEN GARUT**

**Alvien Adreansyah1, Dindin ABS2, Maun Jamaludin3**

**1** Prodi Magister Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik Konsentrasi Kebijakan Bisnis, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

**2** Prodi Magister Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik Konsentrasi Kebijakan Bisnis, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

**3** Prodi Magister Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik Konsentrasi Kebijakan Bisnis, Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskirpsikan dan menganilisa kualitas pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut. Tipe penelitian ini adalah deskriptif – eksploratif, pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode induktif, dengan strategi penelitian studi kasus. Fokus penelitian ini meliputi kualitas pelayanan dari calon konsumen mendaftar hingga selesai dengan menggunakan model atau metode *Tangible, Emphaty, Responsiveness, Realibility, Assurance.* Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan yang diberikan belum optimal dirasakan oleh konsumen atau siswa. Hal ini terbukti dengan bagaiamana pemanfatan sarana dan prasarana yang ada masih belum dapat dimaksimalkan oleh para pegawai PT Eka Jaya Berrindo. Dalam hal kepekaan pegawai masih ditemukan kurangnya kesadaran akan kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen. ketanggapan yang diberikan dalam kursus masih bersifat kaku atau monoton. Kemampuan teknis yang berifat untuk menunjang kursus dari pegawai belum optimal, seperti pemanfatan gadget dan sosial media yang masih kurang. Jaminan yang diberikan secara sertifikasi dan kemampuan teknis untuk kursus mengemudi sudah sangat baik, tetapi jaminan ketika siwa merasa masih kurang dalam jam kursus perlu diberikan perhatian khusus dari perusahaan. Berdasarkan uraian temuan penelitian, kualitas pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo, menunjukan masih lemahnya kemampuan para pegawai diluar kemampuan teknis kursus mengemudi seperti: Komunikasi, pemanfaatan teknologi dan cara interaksi dengan konsumen atau siswa. Dari ketiga komponen itu diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan dapat lebih maksimal, dengan memberikan pelatihan dan pengembangan dalam ketika aspek tersebut.

***Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Jasa, Konsumen***

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to describe and analyze the quality of service at PT Eka Jaya Berrindo, Garut Regency. This type of research is descriptive - explorative, the approach in this study is qualitative with inductive methods, with a case study research strategy. The focus of this research includes service quality from prospective customers registering to completion using the Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance model or method. Based on research results, the quality of services provided is not optimal for consumers or students. This is proven by how the employees of PT Eka Jaya Berrindo cannot maximize the use of existing facilities and infrastructure. In terms of employee sensitivity, there is still a lack of awareness of the needs of consumers. the responsiveness given in the course is still rigid or monotonous. The technical capabilities that are to support the courses of employees are not yet optimal, such as the use of gadgets and social media which is still lacking. Guarantees given in terms of certification and technical ability for driving courses are very good, but guarantees when students feel they are still lacking in course hours need special attention from the company. Based on the description of the research findings, the quality of service at PT Eka Jaya Berrindo, shows that the ability of employees is still weak beyond the technical skills of driving courses such as: Communication, use of technology and how to interact with consumers or students. Of the three components, it is hoped that the quality of services provided can be maximized, by providing training and development in these aspects.*

***Keywords: Service Quality, Services, Consumenrs***

1. **Pendahuluan**

Persaingan pada dunia bisnis selalu menemui peningakatan dan dinamis, membuat setiap perusahaan untuk lebih memperhatikan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. Setiap perusahaan tentunya bersaing untuk mengahadirkan pelayanan yang lebih dari pesaingnya untuk menarik perhatian konsumen. Dengan membangun citra perusahaan atau merk dagang akan membuat kepercayaan konsumen terhadap bisnis kita akan tinggi, terlebih lagi persaingan dalam dunia bisnis yang berbasis teknologi dan online ini mendorong para pembisnis lebih kreatif dalam mengemas produknya (Catriana, 2021). Persaingan dalam dunia bisnis tentunya mempunyai keuntungan dan kerugiaan. Keuntungan yang didapat dalam persaingan ini adalah terhindarnya sistem monopoli dan menciptakan inovasi yang baik dalam dunia bisnis. Tetapi semua itu perlu kebijakan yang dapat mengatur dunia usaha agar persaingan menjadi sehat (Wibowo, 2020). Michael Porter merupakan guru besar Harvard Business School dalam artikelnya yang berjudul Competition and Antitrust: A Productivity-Based Approach (2002), mengatakan bahwa manfaat yang mendasar dari persaingan bisnis adalah untuk mendorong produktivitas melalui inovasi. Ini membuktikan bahwa persaingan dalam dunia bisnis diperlukan agar inovasi dan kreativitas terus muncul dan memberikan rasa kepercayaan dan rasa aman terhadap konsumen.

Memasuki era digital atau era industry 4.0, persaingan bisnis semakin dinamis dan mengalami pergeseran platform. Bisnis-bisnis konvensional mulai beralih dan melirik kearah digital. Digitalisasi dalam bisnis menjadi penting dalam bisnis, bagaimana tidak kehidupan sehari-hari kita pun penuh dengan digitaslisasi. Jadi digital ini akan menjadi sebuah wadah yang mempermudah dalam kegiatan sehari-hari (Kasali, 2022). Pemanfaatan teknologi digital sangat menguntungkan tentunya bagi bisnis, mengingat perkembangan dan kebutuhan akan teknologi sangatlah pesat. Namun ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, pertama pehamaan pada bidang IT, kedua orientasi bisnis di bidang digital, ketiga kesiapan SDM dan sarana bisnis (Catriana, 2020), ketiga faktor ini perlu diperhatikan oleh para pelaku bisnis yang ingin menggunakan teknologi digital. Peluang bisnis digital ini memiliki peluang yang besar karena sumbangsih yang diberikan oleh ekonomi digital di Indonesia sebesar US$ 70 Miliar atau menguasai 40% pasar di ASEAN. Ini menjadi perhatian penting bagi pemerintah melalui Menteri Koordinator Perekonomian, Airlangga Hartato yang menyebutkan akan terus mendorong kemajuan digitalisasi bagi para generasi milienial dan gen Z untuk terus memanfaatkan dan berinvoasi dalam dunia digital ekonomi (Khoirunnisaa, 2022).

Kualitas pelayanan pada sebuah perusahaan dapat diketahui dengan cara mengetahui pelayanan yang diterima dengan nyata oleh konsumen dengan apa yang diharapkan atau diinginkan oleh para konsumen. Jika pelayanan diterima oleh konsumen sesuai dengan keinginan da kebutuhan konsumen, maka dapat dipresepsikan kualitas pelayanan memuaskan dan baik. Apabila pelayanan dapat melampui ekpektasi dan keinginan konsumen, maka dapat dipresepsikan pelayanan sangat memuaskan dan sangat baik. Dan jika sebaliknya pelayanan jasa diterima oleh konsumen lebih rendah dengan apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dipresepsikan bahwa kualitas pelayanan buruk. Dengan pejelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketetapan penyampainya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2012).

Pada bisnis jasa, pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan dan tercapainya tujuan perusahaan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus sesuai atau melebihi ekspektasi para konsumen dan perusahaan harus mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk menjamin alur pelayanan kepada konsumen berjalan dengan efektif dan efisien yang akan mencipatan kepuasan konsumen. Sebuah kualitas pelayanan harus dilihat dari sudut pandang konsumen (Gabriele, 2018). untuk mewujudkan kepuasan konsumen, rancangan program dan aktivitas perlu dirancang berdasarkan sudut pandang konsumen, karena beberapa alasan sebagai berikut : 1) konsumen adalah orang yang sangat penting untuk dipuaskan, 2) konsumen adalah orang yang tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung pada konsumen, 3) konsumen adalah orang yang membawa kita pada keinginanya, 4) tidak ada seorangpun yang menang argumentasi dengan konsumen (Jofani, n.d.). Kualitas pelayanan pada sebuah perusahaan dinilai dari bagaimana seberapa besar kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan diberikan. Pelayanan prima harus diberikan sejak calon konsumen atau pembeli, terutama dalam pemasaran yang menjadi momen pertama kali konsumen mengatahui produk atau jasa dari sebuah perusahaan. Meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen sangat perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan, dengan cara komunukasi yang baik dengan menggunakan kata yang sopan, baik dan mudah dimengerti oleh konsumen agar pesan antara keduanya tersampaikan dengan baik (Prada, 2021).

Perubahaan zaman pun ikut mempengaruhi bagaimana keinginan dan pelayanan kepada konsumen mengalami perubahaan. Pada era digital 4.0 kemajuan teknologi dan informasi sangat lah cepat dan dinamis (Suwardana et al., 2018). Sistem informasi digital atau yang sering dikenal dengan sosial media telah menjadi wadah interaksi manusia yang baru dan banyak kegiatan yang berlangsung disana seperti: ekonomi, budaya, sosial dan pendidikan. Fenomena yang dapat dilihat dalam mempengaruhi kehidupan di era digital 4.0 bagimana pemakaian digital mengalami peningkatan pesat.

Hasil data yang diperoleh dari Open Data Jabar (https://opendata.jabarprov.go.id/) hingga tahun 2021 ada beberapa jenis usaha jasa yang terdaftar seperti: Jumlah usaha informasi parawisata sebanyak 42 unit usaha. Jumlah usaha konsultan parawisata sebanyak 98 unit usaha. Jumlah usaha impresariat sebanyak 364 unit usaha. Jumlah usaha konvensi, perjalanan dan pameran sebanyak 340 unit usaha. Bisa dibilang bahwa usaha jasa di Jawa Barat banyak yang bersinggunan atau ada dalam sektor parawisata.

Salah satu sektor jasa yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah usaha jasa pelatihan mengemudi dan otomotif. Perusahaan jasa sepenuhnya mengedepankan kualitas pelayan kepada setiap konsumen yang menggunakan jasa mereka. PT Eka Jaya Berrindo yang bergerak pada usaha pelatihan mengemudi dan otomotif yang bertepat di Kabupaten Garut tentunya mengutamakan sektor pelayanan prima dari awal hingga akhir prosedur perusahaan terhadap konsumen. Dalam observasi awal yang peneliti lakukan terhadap pelayanan kepada konsumen di PT Eka Jaya Berrindo, banyak konsumen yang tertarik menggunakan jasa diperusahaan tersebut karena tempat yang bagus, sarana dan prasarana yang menujang, melancarkan Teknik mengemudi, membuat SIM dan instruktur yang tersertifikasi. Ini yang menyebabkan para konsumen tertarik untuk memilih jasa PT Eka Jaya Berrindo sebagai tempat mereka melakukan pelatihan mengemudi dan otomotif.

Pelaksaan pelayanan yang berlangsung pada PT Eka Jaya Berrindo hingga saat ini, masih ada beberapa kendala yang dirasakan oleh konsumen. Masih ada konsumen yang merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Salah satu contoh kasus yang dikeluhkan oleh para konsumen adalah kurang telitinya insktruktur pengemudi dalam memberikan materi atau praktik mana yang cocok dengan konsumen diawal pelatihan. Dan sarana dan prasarana yang ada di PT Eka Jaya Berrindo sudah sangat menunjang dalam pelatihan mengemudi lalu sudah ada mobil simulator yang menjadi sarana untuk konsumen lebih mengenal bagaimana cara mengemudi sebelum langsung turun ke lapangan. Namun masih terdepat kurang efektifnya penggunaan sarana dan prasarana tersebut. Konsumen tentunya harus diberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan konsumen itu sendiri. Ketika kualitas pelayanan baik, maka konsumen akan terus percaya terhadap perusaahaan tersebut. Dari latarbelakang masalah diatas peneliti tertarik dalam mengungkap “ Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Kursus Mengemudi Pada PT Eka Jaya Berrindo di Kabupaten Garut”.

1. **Tinjauan Pustaka**
   1. **Administrasi Bisnis**

Menurut Siagian (Siagian, 2010) administrasi bisnis merupakan keseluruhan aktivitas mulai dari produksi jasa atau barang hingga jasa atau barang itu sampai ke konsumen. Supriyanto (Supriyanto, 2016) berpendapat bahwa administrasi bisnis merupakan bagian dari ilmu – ilmu sosial yang mendalami proses kerja sama antara dua atau lebih orang dalam mencapai suatu tujuan yang merupakan ilmu yang berfokus pada manusia. Menurut Griffin (Griffin, 2011) administrasi dapat disimpulkan sebagai kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Griffin dan Ebert (Ebert & Griffin, 2015) bisnis merupakan organisasi yang berkegiatan menyediakan jasa dan barang dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan.

Administrasi bisnis didalamnya mecakup tentang pengambilan keputusan, pemecahan masalah, kemampuan Analisa, starategi bisnis, komunikasi, manajemen dan pengelolan sumberdaya manusia. Tujuan utamanya merupakan keuntungan atau profit bagi kelompok (perusahaan). Griffin (Griffin, 2011) administrasi bisnis merupakan sebuah proses mengatur perusahaan atau organisasi nirlaba guna menjaga kestabilan dan pertumbuhan organisasi. Cakupan bidang utama administrasi bisnis meliputi logostik, SDM, Manajemen, operasi dan pemasaran.

Dalam hal ini administrasi bisnis dapat menjadi dua seperti:

1. Administrasi perusahaan

Administrasi perusahaan merupakan proses administrasi yang diterapkan pada suatu perusahaan atau badan wirausaha. kegiatan administrasi perusahaan mencakup kegiatan produksi, transportasi, asuransi, perbankan dan bidang lainnya. Administrasi perusahaan yang efektif penting untuk kelancaran organisasi.

2. Administrasi Bukan Perusahaan/Non Niaga

Administras bukan perusahaan biasanya berbentuk perusahaan sosial-swasta, misalnya administrasi sosial sekolah swasta, rumah sakit swasta, badan amal, klub, dan lain sebagainya.

Administrasi bisnis memiliki elemen dasar yang mencakup berbagai persyaratan kerja seperti:

1) Manajemen sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah pengelolaan pegawai yang mempunyai peran dalam proses perencanaan SDM termasuk rekrutmen, selekesi, pelatihan, promosi dan transfer hingga pemberhentian kerja. Disamping itu berperan dalam kesejahteraan dan keselamatan karyawan, manajemen sumber daya manusia berkaitan dengan hubungan antar karyawan untuk menjaga peforma secara fisik dan non fisik agar kinerja karyawan tetap optimal bagi berusahaan.

2) Manajemen keuangan

Manajemen keuangan meliputi tentang sumber daya dan finansial dalam produksi didalam suatu perusahaan.

3) Manajemen teknologi

Manajemen teknologi diatur dalam disiplin ilmu manajemen yang memungkinkan organisasi untuk mengelola fundamental teknologi mereka untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Teknologi dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan dalam menunjang kinerja karyawan dan proses produksi didalam perusahaan. Dengan mengembangkan sistem manajemen teknologi sebuah perusahaan diharapkan dapat meningkatan kualitas produk barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen.

4) Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh sebuah individu atau kelompok dalam berinteraksi dan menyapaikan ide – ide untuk menciptakan sebuah tujuan. Pada ruang lingkup bisnis, komunikasi menjadi hal yang fundamental bagi perusahaan dalam menjalin kerjasama dan berinteraksi dengan konsumen. Komunukasi yang baik dalam internal perusahaan seperti antar karyawan atau secara eksternal seperti kepada mitra perusahaan atau konsumen akan menumbuhkan kepercayaan kepada perusahaan tersebut.

Administrasi bisnis sering kali hanya di anggap sebagai pekerjaan surat menyurat atau administrasi disebuah perusahaan. Tetapi meliputi bagaimana proses kegiatan produksi, pelayanan dan pengelolaan di perusahaan. Memahami administrasi bisnis penting bagi perkembangan dan pengelolaan perusahaan, disamping menentukan bagaimana produksi disebuah perusahaan juga mengelola segala sumber daya yang ada di dalam sebuah perusahaan tersebut. Pengelolaan administrasi bisnis tentunya memiliki tujuan bagaimana pemasaran produk atau jasa dari sebuah perusahaan itu akan dilakukan, memahami tentang pemasaran jasa menjadi salah satu kegiatan administrasi bisnis.

* 1. **Pemasaran (Jasa)**

Definisi pemasaran jasa dapat membaginya menjadi dua bagian baik secara manejerial dan sosial. Secara manajerial merupakan proses pemikirian, promosi, penetapan harga, perencanaan, dan penayularan gagasan tentang apa produk jasa untuk menghadirkan pertukaran yang memenuhui sasaran organisasi atau individu. Lalu secara sosial, pemasaran jasa merupakan suatu proses sosial dengan proses sosial setiap individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka harapkan dan butuhkan dengan cara menawarkan atau mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain (Firmansyah, 2019).

Menurut Kotler dan Keller (2012) jasa merupakan setiap aktivitas, peforma dan manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produksi fisik.

Menurut Christopher Lovelock & Lauren K. Wright (2007) jasa merupakan kinerja atau tindakan yang menawarkan dari suatu pihak ke pihak lainya. Walaupun dalam prosesnya berkaitan dengan produk fisik, tetapi pada dasarnya tidak nyatanya dan biasanya tidak menghasilkan suatu kepemilikan atas faktor – faktor produksi.

* 1. **Kualitas Pelayanan**

Definisi dan arti dari kualitas pelayanan tentunya dapat berbeda bagi setaip individu. Banyak ahli dari kualitas pelayanan yang mencoba mendefinisikan tentang kualitas pelayanan, seperti berikut:

1. Dimensi – Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah kegiatan penyajian jasa atau produk dari seseorang kepada orang lain yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen. Pelayanan baik akan menimbulkan kepuasan konsumen yang baik dan mendapatkan citra dan kepercayaan dari konsumen tersebut. Parasuraman (2001:26) menjelaskan konsep kualtias pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan yang ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan “TERRA” (*tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance*).

Lebih lanjut mengenai konsep kualitas pelayanan “TERRA” diuraikan dalam bentuk-bentuk aplikasi yang dikemukanan oleh Kotler (2012) sebagai berikut:

1.Bukti Fisik (Tangible)

Kemampuan perusahaan dalam menampilkan eksistensinya kepada pihak luar. Kemampuan dan penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalakan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan pemberi jasa. Hal tersebut meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Arti dari bukti fisik pada kualitas pelayanan adalah bentuk manifestasi nyata secara fisik yang dapat manfaatkan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan fungsinya yang dapat dirasakan untuk membantu pelayanan yang diterima oleh konsumen yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang diberikan, dan sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 32).

2.Perhatian (Emphaty)

Perhatian tulus dari pemberi pelayanan merupakan suatu hal yang perlu dilakukan kepada konsumen untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari kosumen. Suatu perusahaan diharapkan dapat memahami segala kebutuhan kosumen secara spesifik, pengetahuan dan pengertian mengenai konsumen, dan memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi konsumen. Suatu pelayanan akan berjalan dengan baik dan berkualitas ketika setiap orang yang memiliki kepentingan dalam pelayanan mempunyai rasa perhatian atau empati dalam menjalakan dan mengerjakan pelayanan (Parasuraman, 2001: 40).

3.Ketanggapan (Responsiveness)

Sebuah kebijakan untuk memberikan dan membantu pelayanan yang tepat dan cepat (responsive) kepada konsumen, dengan memberikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu terlalu lama menimbulkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Masing - masing pegawai dalam memberikan sebuah pelayanan, mengutamakan perspektif pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani konsumen sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Pada hal ini memerlukan adanya penjelasan yang mendetail mengarahkan dan membujuk untuk menyikapi semua bentuk – bentuk mekanisme kerja yang berlaku pada suatu organisasi, maka respon yang akan didapat dalam pelayanan akan positif (Parasuraman, 2001: 52).

4.Kehandalan (Realibility)

Kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam memeberikan pelayanan harus sesuai dengan iklan atau yang dijanjikan secara tepat dan akurat. Dalam memberikan kinerja pelayanan harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti harus tepat waktu, sikap simpatik, tidak membedakan konsumen dalam pelayanan dan akurasi tinggi. Dalam memberikan pelayanan memerlukan pelayanan yang handal, disini para pegawai harus mempunyai kemampuan secara keahlian, profesionalisme, pengetahuan dan penguasaan kerja yang tinggi, ketika semua aspek itu terpenuhi pada pegawai pemberi layanan aktivitas kerja yang dikerjakan memuaskan tanpa ada keluhan atau kesan yang buruk atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Parasuraman, 2001: 48).

5.Jaminan atau Kepastian (Assurance)

Tiap pelayanan yang diberikan harus mampu memberikan kepastian atas pelayanan yang diberikan. Suatu kepastian dari pelayanan ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga konsumen sebagai orang yang menerima bentuk pelayanan itu merasa yakin dan puas atas segala bentuk pelayanan yang diberikan akan selesai dan tuntas sesuai dengan kemudahaan, ketepatan, kecepatan dan kualitas pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69).

* 1. **Kerangka Berpikir**

Grand theory yang digunakan adalah administrasi bisnis menurut (Supriyanto, 2016) berpendapat bahwa administrasi bisnis bagian dari ilmu – ilmu sosial yang mendalami proses kerja sama antara dua atau lebih orang dalam mencapai suatu tujuan yang merupakan ilmu yang berfokus pada manusia.

Middle theory yang digunakan adalah jasa menurut (Kotler, 2005) jasa dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan yang bisa ditawarkan oleh seseorang atau kelompok kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berbentuk dan tidak berkepemilikan. Produk jasa dapat diartikan dengan bentuk fisik atau sebaliknya.

Applied theory ada adalah kualitas pelayanan sebagai berikut, Definisi dan arti dari kualitas pelayanan tentunya dapat berbeda bagi setaip individu. Banyak ahli dari kualitas pelayanan yang mencoba mendefinisikan tentang kualitas pelayanan Dari beberapa teori yang diungkapkan oleh beberapa ahli dan pendapatnya, peneliti memilih teori dari Philip Kotler tentang kualitas pelayanan yang meliputi 5 unsur atau dimensi seperti Tangible, Emphaty, Responsiveness, Realibility, dan Assurance. PT Eka Jaya Berrindo berupaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pada konsumen dengan menerapkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi Bukti Fisik (Tangible), Perhatian (Emphaty), Ketanggapan (Responsiveness), Kehandalan (Realibility), dan Jaminan atau Kepastian (Assurance) (Kotler Philip dan Kevin Lane keller, 2012)

Pada kualitas pelayanan kehandalan dalam pemberian pelayanan adalah hal yang utama dalam proses pelayanan yang cepat dan tidak pilih kasih. Ketanggapan merupakan pelayanan yang penting bagi proses pelayanan, pelayan dituntut untuk siap dan sigap untuk segera melayani konsumen saat dibutuhkan. Jaminan menjadi bentuk pemberian pelayanan yang berkualitas sesuai dengan komitmen dengan memberikan kepercayaan kepada konsumen, menjamin keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam mendapatkan pelayanan.

Empati diperlukan dalam memenuhi kepuasan konsumen yang berkaitan dengan bentuk-bentuk sikap dan kepedulian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, bukti fisik menjadi hal penting bagi konsumen, hal tersebut yang memberikan suatu apresiasi bagi konsumen dalam melihat ketersediaan sarana, fasilitas dan perlengkapan., seperti berikut:

* 1. **Proposisi Penelitian**

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka peneliti mengemukakan proposisi sebagai berikut:

Penerapan kualitas pelayanan jasa pada PT Eka Jaya Berrindo ditentukan oleh Tangible, Emphaty, Responsiveness, Realibility, Assurance

**Metode Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengertian peneltian kualitatif adalah sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata – kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang – orang yang diteliti (Bagong & Sutinah, 2005) Dalam metode penelitian kualitatif untuk memahami dan menganalisa lebih dalam mengenai mengenai beberapa individu dan kelompok dianggap sebagai masalah sosial maupun masalah kemanusiaan (Sugiyono, 2017).

Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Creswell (1998) studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks. Sistem terikat ini diikat oleh waktu dan tempat sedangkan kasus dapat dikaji dari suatu program, peristiwa, aktivitas atau suatu individu.4 Dengan perkataan lain, studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Sebelum melakukan penelitian lapangan, peneliti menyusun langkah – langkah untuk merekam data penelitian (Sugiyono, 2017;305), sebagai berikut:

a. Menyusun protocol observasional, yaitu berisi:

1. Catatan – catatan deskriptif (deskripsi mengenai informan, rekontruksi dialog, deskripsi mengenai setting fisik, dan cacatan mengenai peristiwa atau aktivitas tertentu).

2. Catatan – catatan refleksif (pengetahuan pribadi peneliti seperti: pemahaman, perasaan, masalah, gagasan, dugaan, kesan, dan atau prasangka.

3. Informasi demografis seperti: waktu, tanggal, dan lokasi dimana saat itu penelitian berada.

b. menyusun pedoman wawancara untuk mengajukan pernyataan dan merekam jawaban – jawaban selama wawancara kualitatif, yang mencakup:

1. Judul (tanggal, lokasi, pewawancara/peneliti, yang diwawancarai/informan)

2. Instruksi – instruksi yang harus diikuti oleh informan agar prosedur – prosedur wawancara dapat berjalan lancar,

3. Pertanyaan – pertanyaan, diawali pertanyaan pembuka, dilanjutkan pertanyaan dari rumusan masalah penelitian, dan pertanyaan akhir, misalnya “siapa yang dapat saya kunjungi untuk mempelajari masalah ini lebih lanjut?”

4. Proses penjajakan/pemeriksaan dengan mengajukan 4-5 pertanyaan, untuk meminta informan menjelaskan gagasan – gagasan mereka lebih rinci tentang apa yang mereka katakana.

5. Waktu tunda selama wawancara untuk merekam/mencatat respon – respon dari parisipan.

6. Ucapan terimakasih kepada orang yang diwawancarai atas waktu yang diluangkan untuk dan informasi yang diberikan pada wawancara.

c. Merekam informasi dengan menggunakan catatan tangan, audiotape atau videotape, peneliti mengatur rencana selanjutnya untuk mentrankrif hasil rekaman ini

d. Merekam/mencatat materi – materi visual sesuai kebutuhan peneliti, yang merefleksikan informasi yang dibutuhkan. Peneliti mencatat, apakah materi tersebut benar – benar mencerminkan materi primer (yaitu informasi yang secara langsung berasal dari individu – individu atau situasi yang sedang diteliti) atau materi sekunder (yaitu catatan – catatan tanga kedua tentang individua tau situasi objek penelitian yang berasal dari sumber lain).

Langkah selanjutnya, yaitu tahapan pengumpulan data dari lapangan dulakukan setelah peneliti melakukan langkah – langkah persiapan penelitian.

Subyek penelitian tentang kualitas pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo Kota Garut. Sumber informasi dalam penelitian ini diperoleh dari pegawai dan konsumen dari PT Eka Jaya Berrindo Kota Garut, dalam penelitian ini juga memandang perlu informasi dari stakeholder dalam kualitas pelayanan pada PT Eka Jaya Berrindo Kabu Informan merupakan orang yang ahli pada bidang tertentu yang nantinya akan dimintai infomasinya sesuai dengan masalah penelitian. Pada peneltian kualitatif, sumber data bersifat snowball sampling dan dipilih secara purposive. Penentuan dalam memilih informan pada proposal masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan (Sugiyono, 2017). Adapun parameter untuk mendapatkan informan sebagai berikut:

1. Mengetahui kebijakan pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo

2. Terlibat langsung dalam sebagai koordinator dan pelaksana lapangan pelayanan pada pelatihan mengemudi

3. Mengetahui kegiatan dalam pelatihan mengemudi

4. Ikut terlibat dalam sistem pelayanan dalam kaitanya dengan pelatihan mengemudi.paten Garut.

Pada parameter diatas, informan yang dapat diambil seperti pada table berikut:

Tabel 3.1

**4.Temuan Penelitian dan Pembahasan**

* 1. **Kualitas Pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo**

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT Eka Jaya yang terletak di Jl Merdeka No 72, Haurpanggung, Kecamatan Taragong Kidul Kabupaten Garut, Jawa Barat. Dengan luas wilayah 3.065 Km persegi dan 2,637 juta jiwa penduduk menjadikan wilayah Garut memiliki market share yang cukup besar. Secara geografis PT Eka Jaya Berrindo terletak di pusat kota Garut yang merupakan jalan utama di Garut, jalan merdeka ini selalu ramai karena menjadi jalan akses utama masyarakat Garut untuk beraktifitas dan menjadi jalan yang diakses untuk menuju Bandung maupun Tasikmalaya. Tempatnya yang dekat dengan alun-alun garut dan pusat pemerintahan Kabupaten Garut membuat secara letak strategis untuk menjadi tempat niaga atau bisnis. Terbukti dengan banyaknya toko-toko yang berada disekitar daerah tersebut menjadikan banyak warga Garut yang beraktifitas di daerah tersebut.

Eka Jaya Berindo sebagai lembaga pelatihan mengemudi yang mempunyai pengalaman dan telah diakreditasi memiliki komptenai secara teori maupun praktik tentunya sudah tidak diragukan lagi. Dengan mempunyai tempat untuk melayani konsumen yang dapat dikatakan baik dalam memberikan semua materi teori dan praktik, membuat Eka Jaya Berindo menjadi lembaga kursus mengemudi yang bersertifikasi resmi dan mempunyai instruktur-instruktur terlatih didalam memberikan pelayanan terhadap konsumen atau siswa. Tetapi tentunya tidak hanya dengan tempat atau akreditasi yang didapat oleh Eka Jaya Berindo miliki untuk menjadi acuan utama bagaimana pelayanan dapat dikatakan baik atau memuaskan konsumen atau siswa, ada beberapa yang hal yang tidak dapat dilihat atau berbentuk fisik terutama dalam usaha jasa karena tidak ada produk barang yang dirasakan oleh konsumen. Tapi ada beberpa hal yang harus menjadi indikator seperti Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, dan Assurance dalam memberikan sebuah pelayanan.

4.1.2Gambaran Pelayanan Jasa Kursus Mengemudi di PT Eka Jaya

Produk jasa yang ditawarkan oleh Eka Jaya Berindo tentunya adalah latihan mengemudi, ada dua paket pilihan yang ditawarkan seperti: Yang pertama adalah paket gold dan yang kedua adalah paket platinum. Kedua paket Dari gambaran diatas ada beberapa perbedaan, yang pertama adalah prihal junlah jam belajar atau pertemuan. Dalam paket gold disediakan 12 kali pertemuan setiap pertemuan berdurasi 1 jam, dan untuk paket platinum terdiri dari 14 pertemuan dengan durasi 1 jam setiap pertemuan. Harga untuk pilihan gold sebesar Rp 2.400.000 dan untuk paket platinum sebesar Rp. 3.000.000. Lalu selanjutnya ada dua perbedaan lainya dalam pelayanan latihan, dipaket platinum terdapat 2 kali pertemuan untuk parkir dirumah atau di kantor dan ada pertemuan untuk parkir di mall atau pusat perbelanjaan. Dan didalam paket platinum dapat meminta untuk 1 kali pertemuan menggunakan mobil pribadi. Sedangkan dalam paket gold tidak tersedia untuk pilihan kursus tersebut. Kedua paket tersebut belum termasuk kepada layanan pembuatan SIM, tentunya dalam segi harga berbeda. Contoh dalam paket gold + SIM dengan harga Rp 3.200.000 dan untuk paket platinum + SIM sebesar 3.800.000.

Rangkaian dalam kursus mengemudi di Eka Jaya Berrindo memiliki tahapan-tahapan tersendiri. Dari wawancara dan telaah dokumen yang ditemukan ada beberapa tahapan yang telah ditentukan seperti:

1.Tahap awal ketika siswa atau konsumen pada saat memulai pelatihan dengan pembekalan teori berbasis komputer yang dinamakan teori AVIS Mandiri selama satu sesi di awal pertemuan. Pada tahap teori AVIS Mandiri ini berisikan tentang teori-teori dasar dalam mengemudi, dan teori AVIS Mandiri ini dipakai juga oleh pihak kepolisian untuk uji teori pembuatan SIM. Ditahap ini siswa atau konsumen diperkenalkan bagaimana tentang keselamatan di jalan raya dan bagaimana mengemudi sesuai dengan peraturan perundang undangan.

2.Tahap kedua merupakan teori didalam kelas dan teori di simulator. Pada tahap ini terdiri tiga kali pertemuan sebelum langsung lanjut kepada praktik dilapangan. Pemberian teori dalam kelas sebanyak satu kali dilakukan oleh seorang instruktur, menurut Instruktur mengemudi di Eka Jaya Berrindo materi-materi seperti keselamatan berkendara, etika berkendara, peraturan lalu lintas, dan teknik-teknik dalam berkendara. Lalu dilajutkan pada sesi teori di simulatoryang dilakukan 2 kali pertemuan, pada kelas simulator siswa mempraktikan hasil dari teori teori dikelas sebelum turun kejalan raya. Dengan menggunakan teknologi virtual siswa diajarkan bagaimana menyalakan mobil, persiapan sebelum berkendara, teknik memulai melajukan kendaraan baik matic maupun manual seperti layaknya pada mobil sungguhan. Dengan adanya layar monitor yang memproyeksikan bagaimana gambaran jalanan raya secara virtual layaknya di video game.

3.Tahap ketiga setelah banyak teori yang didapat didalam kelas maupun di simulator, siswa atau konsumen berlatih secara praktik langsung menggunakan mobil. Ini merupakan tahapan pertama siswa diperkenalkan mengendarai mobil oleh instruktur. Ditahap ini siswa melakukan 5 sesi yang dibagi menjadi 2 tahapan dengan jumlah sesi tergantung bagaimana siswa memahami dan kelancaran dalam mengemudi. Diawal siswa akan berlatih dilapangan terlebih dahulu untuk melancarkan kaki dan tangan dalam menginjak gas dan rem serta tangan dengan kemudi mobil. Ketika siswa sudah terbiasa dan lancar, maka instruktur akan mengarahkan praktik latihan langsung ke jalan raya. Selain itu siswa pun diajarkan latihan parkir, perawatan kendaraan, berkendara dijalan sempit, jalanan menanjak dan murun.

4.Selanjutnya tahapan kembali ke simulator yang kedua, disini untuk mengingatkan kembali apa apa saja yang telah dipelajari sebelumnya baik dikelas maupun praktik lapangan. Tahapan ini memfokuskan kepada siswa teknik-teknik berkendara untuk meningkatkan kepercayaan diri di lapangan dan mengkoreksi kesalahan kesalahan sebelumnya. Dan ditambah dengan sesi teori ketiga yang memfokuskan siswa untuk mengatahui cara perawatan kendaraan secara langsung. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa praktik lapangan dibagi menjadi 2 bagian, setelah pada kelas simulator yang kedua masuk kembali ke praktik lapangan untuk mengetahui sejauh mana siswa telah menguasai teknik-teknik berkendara dan kepercayaan dirinya di lapangan. Setelah itu dilanjutkan dengan kembali berlatih secara langsung dilapangan, dan ditambah satu sesi evaluasi dijalan raya untuk mengetahui sejauh mana kemampuan siswa dalam berkendara.

Dari tahapan-tahapan diatas itu merupakan jadwal untuk paket gold atau 12 pertemuan. Untuk paket premium yang terdiri dari 14 pertemuan ada 2 sesi tambahan yaitu parkir dirumah atau kantor dan parkir di mall atau pusat perbelanjaan, serta dapat menggunakan kendaraan pribadi. Dari kesemua tahapan diatas itu merupakan standard pelatihan yang dibuat dan dirancang untuk siswa, namun pihak Eka Jaya Berrindo menerima permintaan apabila ada dari pihak siswa atau konsumen seperti: jadwal latihan, tahapan mana dulu yang ingin dipelajari apakah simulator atau kelas bahkan ada siswa yang memang sudah mempuyai basic sebelumnya meminta untuk sesi lapangan diawal, dan ada juga yang meminta untuk sesi dilapangan ditambahkan sesinya menjadi 6 sesi yang dijadwalkan. Ini cukup memudahkan siswa untuk menentukan jadwal dan porsi latihan. Namun semua permintaan itu akan didiskusikan dan dipelajari oleh instruktur selama pembelajaran berlangsung.

* 1. **Penerapan Kualitas Pelayanan**
     1. **Tangible (Bukti Fisik)**

Berbicara tentang Tangible atau bukti fisik berarti merujuk kepada sarana dan prasarana yang digunakan untuk menunjang suatu pelayanan. Eka Jaya Berrindo sendiri memiliki beberapa sarana dan prasarana yang digunakan untuk praktik kursus mengemudi seperti: ruangan kelas, ruangan receptionist, ruangan tunggu, ruangan silumator, parkiran, unit kendaraan mobil, silumator car, komputer. Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan 1 (Kepala Cabang) menyebutkan bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki saat ini oleh Eka Jaya Berrindo sudah cukup memenuhi untuk kebutuahan operasional, seperti mempunyai 3 unit mobil dengan jenis M/T Manual 2 buah dengan merk sirion dan xenia dan satu jenis A/T Matic dengan merk brio. Disamping itu Eka Jaya Berrindo memiliki satu buah unit simulator yang rangkanya langsung diambil dari mobil BMW Seri 3 yang telah dipasang perangkat komputer, aplikasi simulator serta layar monitor. Terdapat satu ruangan kelas untuk teori dan teori AVIS Mandiri yang didalamnya terdapat 1 buah proyektor, 2 buah komputer, 11 buah kursi, 1 papan tulis dan beberapa fasilitas lainya yang disebutkan sebelumnya.

Hasil observasi yang dilakukan tentang bukti fisik atau sarana dan prasana yang ada di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut sudah memenuhi kebutuhan dan secara kelayakan sudah memenuhi standard keselamatan bagi para siswa atau konsumen. Dengan perawatan yang rutin untuk setiap unit mobil yang ada membuat kondisi mobil selalu siap ketika digunakan untuk praktik kursus mengemudi. Penunjang lainya seperti ruangan kelas yang tersedia untuk pemparan materi sudah ada dan keadaan yang bersih dan nyaman. Untuk Simulator Car juga dengan kondisi yang layak untuk digunakan baik secara interior yang bersih dan nyaman dan juga perangkat komputer yang dipakai.

**ii.Emphaty (Perhatian)**

Hasil observasi yang dilakukan mengenai perhatian yang diberikan oleh para pegawai di PT Eka Jaya Berrindo dalam memberikan pelayanan sudah cukup memuaskan bagiamana setiap pegawai memberikan perhatian bagi setiapmkebutuhan siswa atau konsumen. Instruktur dalam setiap rangkaian pembelajaran kursus mengemudi memberikan perhatian yang cukup kepada para siswa atau konsumen. Lalu untuk Frontliner yang bertugas memberikan informasi seputar aktivitas yang akan dilakukan setiap konsumen atau siswa sudah memberikan perhatian yang cukup ketika ada konsumen atau siswa yang kebingunan akan jadwal atau tahapan proses kursus mengemudi yang ada

* + 1. Responsiveness (Ketanggapan)

Hasil observasi mengenai ketanggapan para pegawai dalam memberikan pelayanan kursus mengemudi sudah cukup tanggap dalam melihat situasi yang dihadapai ketika siswa atau konsumen kursus mengemudi. Jadwal yang telah ditentukan selalu tepat waktu dan pembagian jadwal setiap siswa atau konsumen tidak ada keterlambatan dari segi ketanggapan para instruktur. Ketanggapan pun diberikan oleh Frontliner yang memberikan informasi kepada siswa atau konsumen ketika menanyakan perihal apa yang mereka butuhkan mengenai informasi seputar kursus mengemudi. Respon yang diberikan cukup cepat dan tanggap baik informasi yang diberikan secara online maupun offline, selain ketanggapan dalam memberikan informasi, ketanggapan dalam melihat kebutuhan para siswa atau konsumen sudah cukup baik yang dberikan oleh para pegawai.

* + 1. Realibility (Kehandalan)

Observasi yang dilakukan dalam hal kehandalan dari setiap pegawai sudah sangat baik khususnya para instruktur yang sudah menguasai seluruh materi baik teori maupun secara praktik yang diberikan kepada siswa atau konsumen. Kehandalan ini juga didapatkan dari pelatihan sertifikasi profesi instruktur yang sebelumnya telah diterima oleh para instrukutur yang ada di Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut. Selain itu pengalaman dalam memberikan materi teori maupun praktik membuat para instruktur sudah sangat terbiasa dan menguasai setiap proses kursus mengemudi yang ada. Untuk Frontliner juga sudah mempunyai kehandalan dalam mengelola administrasi dan pemberian informasi kepada para siswa atau konsumen.

* + 1. Assurance (Jaminan atau Kepastian)

Hasil observasi yang dilakukan mengenai jaminan atau kepastian dalam pelayanan yang diberikan oleh PT Eka Jaya Berrondo Kabupaten Garut dalam segi kepagawain jaminan yang berikan kepada siswa atau konsumen adalah para instruktur sudah bersertifikasi dan beperngalaman, setiap unit mobil yang digunakan untuk kursus mengemudi sudah melalui perawatan yang rutin dan siap untuk digunakan secara aman oleh para siswa atau konsumen, jaminan dalam jadwal atau rangkaian yang sudah sesuai dengan standard yang diberlakukan sudah berjalan dengan baik.

**4.3 Hambatan Dalam Penerapan Kualitas Pelayanan**

4.3.1 Hambatan Penerapan Tangible (Bukti Fisik)

Dari hasil observasi sarana dan prasaran lainya seperti Simulator Car yang menjadi media promosi dan keunggulan yang ditawarkan oleh Eka Jaya Berrindo Garut membuat minat untuk kursus mengemudi diperusahaan ini cukup tinggi. Kehadiran Simulator Car ini mempermudah dalam menyampaian materi teori mengemudi secara langsung menggunakan teknologi komputer yang dapat dioprasikan sama seperti mengemudi sungguhan. Keterbatan unit Simulator Car ini menurut Informan 1 (kepala cabang) membuat penjadwalan untuk latihan disesi ini cukup terbatas, tetapi antusias dari siswa atau konsumen dan kebutuhan akan materi ini sangat tinggi. Namun unit yang terbatas yang hanya berjumlah satu membuat penjadwalan untuk Simulator Car ini terbatas secara waktu dan jumlah orang yang menggunakan. Terkadang permintaan penjadwalan untuk kelas ini sering bentrok antara siswa, ini yang menjadi permasalahan menurut Informan 1 (kepala cabang). Kuantitas mobil dan Simulator Car untuk memenuhi kebutuhan kursus menjadi hambatan dalam penjadwalan siswa atau konsumen terlebih lagi ketika ada peningkatan konsumen yang mendaftar diwaktu-waktu tertentuini menjadi sebuah dilemma yang disebutkan sebelumnya bagi peningkatan penjualan jasa kursus karena masih kurangnya kuantitas sarana dan prasana yang ada.

4.3.2 Hambatan Penerapan Emphaty (Perhatian)

Hasil observasi yang dilakukan mengenai empati atau kepekaan yang dilakukan oleh pegawai Eka Jaya Berrindo memiliki beberapa hambatan atau kekurangan didalamnya. Hasil dari pengamatan yang dilakukan pada beberapa tahapan proses kursus mengemudi dalam pemberian materi teori dikelas misalnya instruktur kurang mencoba memberikan interaktif atau terasa kaku dalam metode pembelajaran. Pada kelas teori di Simulator Car perhatian atau empati yang diamati, instruktur telah memberikan motede yang cukup interaktif dan dibantu oleh kemasan animasi layar Simulator Car yang membuat suasana lebih cair dan tidak membosankan. Hambatan yang terasa disini lebih kepada suasana diluar simulator yang terasa sempit dan terlalu dekat dengan dapur dan ruang instrukur, yang membuat suasan terasa sedikit berisik dan bau dapur terasa diruangan Simulator Car yang menurut peneliti ini kurang diperhatikan dalam faktor kenyamanan para siswa atau konsumen.

4.3.3 Hambatan Dalam Penerapan Responsiveness (Ketanggapan)

Hasil observasi menunjukan bahwa ada beberapa poin penting dalam hal hambatan penerapa pelayanan yang berkenaan dengan ketanggapan. Poin pertama adalah pemanfaatan sarana teknologi yang masih belum optimal yang membuat proses pembelajaran yang seharusnya efektif menjadi terkendala akan masalah teknis yang ada. Poin kedua perihal koordinasi dalam penyiapan bahan bahan untuk pengajaran materi yang akan diberikan, karena kurangnya koordinasi antara pegawai mengenai kesiapan sarana dan prasarana membuat terhambatnya proses kursus mengemudi. Poin yang ketiga adalah perencanaan dan manajemen pengelolaan pelayanan yang berbasis online yang kurang tertata dalam merespon, memberikan informasi dan memposting promosi yang ada, padahal pelayanan yang berabasis online diperkembangan teknologi saat ini sangat diperlukan karena banyak konsumen yang menggunakan sosial media dalam menerima informasi yang mereka perlukan.

4.3.4 Hambatan Penerapan Realibility (Kehandalan)

Hasil dari observasi yang dilakukan khususnya mengamati bagaimana kehandalan yang dimiliki oleh para instruktur ini, dalam hal penguasan seluruh materi yang ada dirasa instruktur yang ada di Eka Jaya Berrindo Garut sudah memiliki kemampuan sangat baik dan menguasai. Pemberian materi dikelas, Simulator Car maupun dalam praktik dilapangan sudah sangat menguasai dan terbiasa dalam menghandle seluruh materi didalamnya. Namun ada beberapa catatan yang dilihat oleh peneliti yang menjadi hambatan dalam penerapan pelayanan dalam hal kehandalan. Dalam setiap sesi kursus kurangnya ada waktu untuk ice breaking atau merefresh alur pembelajaran yang dilakukan oleh instruktrur kepada siswa atau konsumen. Kurangnya interaksi yang mencairakan suasana menimbulkan sedikit kejenuhan yang dialami oleh siswa atau konsumen yang menerima informasi materi yang didapatnya. Dengan adanya interaksi yang dapat mencairakan suasana, konsentrasi setiap siswa atau konsumen akan terus terjaga dan tetap tersampaikan semua informasi yang diberikan.

4.3.5 Hambatan Dalam Penerapan Assurance (Jaminan)

Hasil observasi yang dilakukan tentang jaminan layanan yang diberikan oleh Eka Jaya Berrindo dengan bersertifikasi setiap instruktur itu sudah menandakan bahwa kemampuan dan kehandalanya sudah terjamin. Secara proses fundamental yang ada dalam kursus mengemudi sudah memenuhi apa yang diharapkan dari hasil pelayanan yang diberikan. Tetapi ada beberapa poin yang menjadi catatan bagi peneliti dari apa yang diberikan sebagai jaminan pelayanan yang ada di Eka Jaya Berrindo yang dapat dibilang sebagai pelangkap dari prosedur kursus mengemudi. Poin pertama metode atau pengemasan cara pembelajaran yang diberikan oleh setiap instruktur lebih dikembangkan lagi seperti adanya sesi ice breaking yang dapat menyegarkan kembali proses pembelajaran yang tidak monoton. Poin kedua adalah proses evaluasi dari siswa apabila memang belum memenuhi persyaratan untuk mengemudi sendiri atau dinyatakan lulus, diberikan kelas kursus tambahan gratis 1 atau 2 kali pertemuan untuk memantapkan siswa atau konsumen ketika dari jadwal yang sudah ada sebelumnya masih ada kekurangan yang dirasa baik dari penyedia layanan ataupun dari siswa atau konsumen itu sendiri.

1. **Penutup**

**5.1.Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan kualitas pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan jasa yang ada di PT Eka Jaya Berrindo memiliki SOP dan para instruktur sudah dibekali dengan sertifikasi profesi sebagai instruktur mengemudi. Dengan mengadirkan Simulator Car menambah daya tarik dan sarana yang dapat menunjang pembelajaran kursus mengemudi bagi setiap siswa atau konsumen. Secara sarana, prasarana dan keahlian yang dimiliki SDM di PT Eka Jaya Berrindo sudah baik untuk memberikan sebuah pelayanan jasa yang optimal. Mempunyai ruang kelas, kendaraan praktik, Gedung yang memadai, Simulator Car dan para instruktur yang sudah mempunyai sertifikasi dan pengalaman.

2. Penerapan pelayanan jasa yang ada di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut memiliki beberapa catatan yang harus diperbaiki. Pertama tentang komunikasi yang dilakukan oleh para karyawan yang ada masih terlalu kaku dan monoton terlebih lagi ketika rangkaian kursus mengemudi didalam kelas maupun ketika praktik lapangan. Kedua pemanfaatan teknologi yang ada masih kurang maksimal. Yang ketiga adalah promosi yang dilakukan disosial media masih tidak efektif dan efisien.

3. Beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam penerapan pelayanan jasa yang ada di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut sebagai berikut:

a. Bukti fisik atau saran dan prasarana di Eka Jaya Berrindo sudah memenuhi untuk seluruh rangkaian kursus mengemudi yang ada. Tetapi dalam segi penempatan atau tata letak masih kurang memadai. Contoh pada penempatan Simulator Car yang terletak dibelakang dan menyatu dengan dapur dan ruang instruktur yang hanya dipisahkan oleh kaca yang tidak menutup seluruhnya membuat suara atau aroma yang ada di dapur dan ruang instruktur terdengar dan terasa, membuat konsentrasi dan fokus siswa atau konsumen menjadi terganggu. Dari segi besarnya pun masih kurang memadai, pintu depan bagian kanan terlalu menempel dengan tembok membuat membuka pintu tersebut sedikit sulit.

b. Empati atau kepekaan yang dimiliki oleh instruktur dan frontliner harus lebih ditingkatkan lagi didalam melihat kebutuhan setiap siswa atau konsumen. Ketika ada siswa atau konsumen yang kesulitan dalam adaptasi pada rangkaian materi kursus mengemudi harus dengan tepat dalam menanganinya dan memberikan sebuah empati agar siswa atau konsumen tersebut merasakan perhatian yang khusus dalam kelancaran rangkaian semua kursus mengemudi.

c. Ketanggapan dalam memberikan layanan menjadi faktor peting dalam kualitas pelayanan. Komunikasi menjadi salah satu hal yang penting dalam proses kursus mengemudi, dalam hal kehandalan dam ketanggapan materi sudah sangat handal dan menguasai dari setiap instruktur dan frontliner. Tetapi diluar hal itu mengenai metode komunikasi yang dilakukan masih dirasa kaku dan kurang interaktif dengan para siswa atau konsumen. Dalam proses pembelajaran dikelas contohnya kurangnya interaksi yang mencairkan suasana atau Ice Breaking yang membuat suasana pembelajaran lebih hidup dan interaktif. Kemampuan komunikasi yang interaktif ini dirasa masih kurang diterapkan dan kuasai oleh para instruktur, suasana dalam pembelajaran menjadi terlalu monoton karena terlalu fokus dalam pemberian materi.

d. Kehandalan dari setiap pegawai bukan hanya menguasai materi yang ada tetapi beberapa kemampuan penunjang pun perlu ditingkatkan. Pemanfaatan teknologi dan sosial media masih kurang dimaksimalkan dalam melakukan pelayanan. Dalam proses pemebalajaran teori dikelas penggunaan teknologi seperti Power Point, video dan lainya masih kurang kreatif dalam pemanfaatan untuk pembuatan materi. Sosial media yang menjadi suatu ruang publik baru akan perputaran akan informasi masih tidak dimanfaatkan dengan optimal. Pelayanan berbasis online masih menjadi kenadala sendiri bagi frontliner dimana alat seperti handphone masih kurang secara kuantitas. Keterbatasan ini menjadi penghambat dalam membalas chat, melakukan video testimoni disosial media dan promosi produk jasa Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut itu sendiri. Kurangnya pemanfaatan dan keahlian dalam mengelola sosial media ini selain kurang optimalnya dalam segi pelayanan, pemasaran pun menjadi kurang optimal. Pemasaran secara online masih memanfaatkan posting posting biasa saja tanpa menggunakan jasa iklan yang disediakan untuk menjangkau konsumen lebih luas. Secara konten yang dibuat dan diposting masih kurang inovatif dan kreatif dalam membuat suatu konten yang dapat menarik konsumen untuk menggunakan produk jasa yang disediakan.

e. Jaminan atau kepastian akan sebuah layanan menjadi titik akhir dalam sebuah pelayanan yang diberikan. Hasil dari sebuah pelayanan jasa tentunya tidak berbentuk barang atau bentuk, tetapi ada rasa dan ilmu yang didaptkan oleh seorang konsumen itu sendiri. Jaminan yang diberikan harus berupa kepastian ketika seorang siswa sudah selesai dalam rangkain kursus, tetapi dirasa masih belum layak untuk dinyatakan lulus dari kursus, maka harus diberi kesempatan untuk mengulang beberapa kali pertemuan kursus memastikan bahwa siswa atau kosumen ini layak untuk dinyatakan lulus dan berkendara dengan aman dan selamat di jalan raya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyarankan agar penelitian ini dilanjutkan secara lebih mendalam dengan memperluas cakupan penelitan seperti Aspek Pemasaran, Aspek Pengembangan Sumber Daya Manusia, Aspek Bisnis lainya, sehingga ada gambaran utuh tentang kualitas pelayanan di PT Eka Jaya Berrindo Kabupaten Garut.

5.2.2 Saran Praktis

1. Hendaknya pemilik atau kepala cabang memberikan perbaikan pada ruangan Simulator Car dengan menambah besar ruangan dan memberikan pembatas permanen dengan ruangan dapur dan ruangan instruktur. Dengan dibuat ruangan yang lebih private membuat ruangan Simulator Car lebih nyaman dan membuat instruktur dan siswa atau pelanggan lebih konsentrasi dalam proses pelatihan.

2. Memberikan pelatihan kepada pegawai dalam hal komunikasi yang lebih interaktif dan membuat suasana pembelajaran lebih inovatif dengan adanya ice breaking yang disediakan. Membuat suasana lebih menyenangkan agar proses pembelajaran khususnya pada kelas teori lebih tidak monoton dan lebih dinikmati oleh para siswa atau konsumen.

3. Pemanfaatan teknologi sebagai media pembelajaran seperti membuat materi-materi yang dibuat dengan Power Point yang lebih eye catching dan membuat animasi-animasi dalam menyusun materi yang akan disampaikan akan membuat materi yang diberikan lebih mudah diingat dan lebih mudah diterima oleh siswa atau konsumen. Dengan membuat materi seperti itu juga suasana didalam kelas lebih hidup dan membuat interaksi antara instruktur dan siswa lebih interaktif serta proses pembelajaran tidak monoton.

4. Pengelolaan sosial media dalam hal pelayanan harus ada perbaikan dalam segi responsif kepada konsumen. Dengan memanfaatkan adanya fitur chat bot pada Whatsapp dapat memberikan jawaban dengan cepat seputar pertanyaan-pertanyaan yang umum atau sering ditanyakan dapat dibalas secara otomatis tanpa harus direspon langsung oleh admin atau didalam hal ini oleh frontliner. Sosial media lainya seperti Instagram, tiktok dan facebook ini juga dapat menjadi media interaksi pelanggan dengan perusahaan, selain itu media sosial ini dapat dimanfaatkan menjadi media promosi atau marketing dengan membuat postingan atau konten yang menarik. Dalam sosial media ini juga ada layanan iklan berbayar yang dapat mencakup calon konsumen yang lebih luas dan secara branding akan lebih dekenal oleh masyarakat luas.

REFFERENCES

Sumber Buku dan Jurnal

Christopher Lovelock & Lauren K. Wright. (2007). Manajemen Pemasaran. PT Indeks.

Daryanto, & Ismanto. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Gava Media.

Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). Pengantar Bisnis (A. Maulana, Ed.). Erlangga.

Farid, A. (2019). FENOMENA DIGITAL ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain, 4.

Firmansyah, D. F. & A. (2019). PEMASARAN JASA (STRATEGI, MENGUKUR KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN). Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).

Gabriele. (2018). ANALISIS PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DI DEPARTEMEN MARKETING DAN HRD PT CAHAYA INDO PERSADA. ARTIKEL ILMIAH JURNAL AGORA, 1. https://media.neliti.com/media/publications/287270-analisis-penerapan-standar-operasional-p-f2665320.pdf

Griffin, J. (2011). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Erlangga.

Jofani, N. (n.d.). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PT ASTRA INTERNASIONAL DAIHATSU ± DSO MALALAYANG. Administrasi Bisnis, 1.

Koter, & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran (Jilid 1 da). PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia. Indeks.

Kotler Philip dan Kevin Lane keller. (2012). Manajemen Pemasaran (Edisi Baha). Erlangga.

Parasuraman, A. V. (2001). Delivering Quality Service. The Free Press.

Porter, M. E. (2002). Competition and Antitrust: A Productivity-Based Approach. Harvard Business School.

Rambat, L. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. PT. Salemba Barat.

Ratminto, & Winarsih, A. (2005). Manajemen Pelayanan. Pustaka Belajar.

Siagian, Sondang. P. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Akrasa.

Sugiyono, Prof. Dr. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods) (M. T. Sutopo, Ed.; Cetakan ke). Alfabeta, cv.

Supriyanto. (2016). Retrospektif Ilmu Administrasi Bisnis. Mitra Wacana Media.

Suwardana, H., Industri, T., & Mental, R. (2018). Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental. 1(2), 109–118.

Suyanto, B., & Sutinah. (2005). Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan (Ketiga). Kencana Prenadamedia Group.

Tjiptono, F. (2001). Strategi Pemasaran. Andi.

Tjiptono, F. (2012). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Andi.

Berita dan Website

Catriana, E. (2021). Tips “survive” Bersaing dengan Kompetitor. Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2021/06/19/091300826/tips-survive-bersaing-dengan-kompetitor

Catriana, E. (2020). Berbisnis di Era Digital, Simak 3 Tantangannya. Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2020/02/18/154125026/berbisnis-di-era-digital-simak-3-tantangannya

Kasali, P. R. (2022). Ini Model Bisnis Digital yang Bakal Mendominasi 2022. Detikfinance.Com. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5885985/ini-model-bisnis-digital-yang-bakal-mendominasi-2022?\_ga=2.88113627.1129899426.1654597863-1324095924.1625812278

Kompasiana.com. (2019). Cara Jitu Menjaga Pelanggan di Era Revolusi Industri 4.0. Kompasiana.Com. https://www.kompasiana.com/n\_adys/5db7a35fd541df2d2b5f5092/cara-jitu-menjaga-pelanggan-di-era-revolusi-industri-4-0-dari-costumer-reliationship-management-crm-ke-e-crm

Prada, D. (2021). Peran Penting Kualitas Pelayanan dalam Pemasaran. Kumparan.Com. https://kumparan.com/sycamoreboi/peran-penting-kualitas-pelayanan-dalam-pemasaran-1x3cKYaQuyE/full

Rifka, I. (2022). Perusahaan Jasa: Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh di Indonesia. Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2022/02/10/000700926/perusahaan-jasa-pengertian-ciri-ciri-dan-contoh-di-indonesia

Wibowo, W. (2020). Persaingan Usaha di Era Ekonomi Digital. BeritaSatu.Com. https://www.beritasatu.com/opini/7591/persaingan-usaha-di-era-ekonomi-digital